



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 103785

Ref. Expediente N° SD2025/0098723

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 25 de septiembre de 2025, H.A. BICICLETAS S.A., solicitó el registro de la Marca SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en las clases 9, 18, 21, 24, 25 y 27 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irreregistrabilidad en estudio

¹ 9: Cascos; cascos antichoque; cascos de ciclista; cascos de monopatín; cascos de motociclista; cascos de protección; cascos de seguridad; cascos para deportes; viseras para cascos; cascos antichoque para ciclistas; cascos antichoque para motociclistas; gafas inteligentes [aparatos de procesamiento de datos]; gafas [óptica] y anteojos de sol; gafas de deporte autenticadas con tokens no fungibles [TNF]; gafas y mascarillas de protección contra el polvo; gafas; gafas y gafas de sol; gafas antipolvo; gafas de deporte; luces de seguridad para cascos [luces de seguridad intermitentes]; candados digitales; candados electrónicos; candados inteligentes; cascos de protección para el ciclismo; máscaras anticontaminantes para el ciclismo.

18: Billeteras; bolsas de deporte; bolsos de deporte para todo uso; bolsas para ropa de deporte; bolsas para ropa deportiva; bolsos de deporte multiuso; bolsos para ropa de deporte; bolsas de deporte de mano con ruedas para uso general; mochilas de deporte.

21: Mochilas de hidratación que comprenden un depósito para fluidos y un tubo de suministro; bolsas de hidratación personal compuestas de un depósito de líquido y un tubo de succión; cinturones portabotellas deportivos para el ciclismo; cinturones portacantimploras para el ciclismo.

24: Toallas de algodón; toallas de microfibras.

25: Bolsas para zapatillas de deporte; zapatillas de entrenamiento [zapatillas deportivas]; zapatillas de deporte; deportivas [zapatillas] de cuña; zapatillas de deporte para interior; zapatillas de deporte urbanas; ropa de deporte; chaquetas en cuanto ropa de deporte; ropa especial para el deporte; ropa de deporte con sensores digitales integrados; ropa de deporte con conexión digital incorporada; jerséis cortaviento; ropa en jersey; jerséis [prendas de vestir]; bandanas de ciclismo; calcetines de ciclismo; calzado de ciclismo; calzado para ciclismo; camisetas de ciclismo; capós de ciclismo; chalecos de ciclismo; chaquetas de ciclismo; gorras de ciclismo; guantes de ciclismo; maillots de ciclismo; pantalones de ciclismo; shorts de ciclismo; zapatillas para ciclismo; zapatos de ciclismo con tacos para pedales de enganche; bóxer ajustados; bóxer slips; calzoncillos boxer; camisas de sport; camisetas; camisetas de deporte; camisetas de tirantes; camisetas acolchadas de deporte; camisetas de atletismo sin mangas; camisetas de deporte transpirables; maillots [camisetas de deporte]; botas de deporte; calcetines de deporte; calzado de deporte; camisas deportivas; gorras de deporte; gorras para deportes; leggings de deporte; mallas de deporte; mallas deportivas; pantalones de deporte; petos de deporte; shorts de deporte; sujetadores de deporte; sujetadores deportivos; uniformes de deporte; vestidos deportivos; calzado para actividades deportivas; sneakers [zapatillas deportivas]; pantalones deportivos de jogging; sujetadores deportivos transpirables; clavos para sujeción a los zapatos de deporte; tops deportivos de mujer con sujetador incorporado; pantalones cortos de deporte con almohadilla absorbente incorporada.

27: Colchonetas de deporte; esterillas de deporte; esteras deportivas gruesas para abdominales.



Ref. Expediente N° SD2025/0098723

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)."

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0098723

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	sport fit	VAIN S.A.S.	SD2019/0103715	11	25, 35	Marca	Registrada	04 agosto 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si, por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas,



Ref. Expediente N° SD2025/0098723

pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **‘SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL’**, se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados **SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL / SPORT FIT** son similarmente confundibles en sus dimensiones ortográfica, fonética y conceptual. En efecto al apreciarlos en conjunto, se observa que la denominación solicitada **SPORTFITNESS**, contiene el elemento predominante de la marca antecedente, **SPORT FIT**, al replicar la secuencia de consonantes y vocales **S - P - O - R - T - F - I - T**, en el mismo orden y disposición, sin que la adición de la partícula **NESS** sea derrotero de diferenciación, dada la fuerte recordación de la porción reproducida, que evoca la misma idea de lo deportivo/fitness. Así mismo se descarta la aptitud diferenciadora de los elementos inapropiables **EQUIPMENT & APPAREL**.

Adicionalmente, desde el punto de vista fonético, al percibir los signos respecto de los elementos similares **SPORTFITNESS / SPORT FIT**, el ejercicio de articulación es muy similar en razón a la coincidencia en las raíces **SPORT** y **FIT**.

Finalmente, es pertinente recordar que en el mercado la identificación de productos y servicios se realiza, en gran medida, a través del componente nominativo de los signos. En tal virtud, las diferencias gráficas incorporadas al signo pretendida no resultan determinantes cuando el elemento que genera la asociación o confusión es precisamente el vocablo predominante, por lo que el usuario podría interpretar que se encuentra ante una variación o innovación gráfica del signo previamente conocido, conclusión que contradice la realidad.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Resolución N° 103785

Ref. Expediente N° SD2025/0098723

Dentro de los productos a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

Clase 9: Cascos; cascos antichoque; cascos de ciclista; cascos de monopatín; cascos de motociclista; cascos de protección; cascos de seguridad; cascos para deportes; viseras para cascos; cascos antichoque para ciclistas; cascos antichoque para motociclistas; gafas inteligentes [aparatos de procesamiento de datos]; gafas [óptica] y anteojos de sol; gafas de deporte autenticadas con tókenes no fungibles [TNF]; gafas y mascarillas de protección contra el polvo; gafas; gafas y gafas de sol; gafas antipolvo; gafas de deporte; luces de seguridad para cascos [luces de seguridad intermitentes]; candados digitales; candados electrónicos; candados inteligentes; cascos de protección para el ciclismo; máscaras anticontaminantes para el ciclismo.

Clase 18: Billeteras; bolsas de deporte; bolsos de deporte para todo uso; bolsas para ropa de deporte; bolsas para ropa deportiva; bolsos de deporte multiuso; bolsos para ropa de deporte; bolsas de deporte de mano con ruedas para uso general; mochilas de deporte.

Clase 24: Toallas de algodón; toallas de microfibra.

Clase 25: Bolsas para zapatillas de deporte; zapatillas de entrenamiento [zapatillas deportivas]; zapatillas de deporte; deportivas [zapatillas] de cuña; zapatillas de deporte para interior; zapatillas de deporte urbanas; ropa de deporte; chaquetas en cuanto ropa de deporte; ropa especial para el deporte; ropa de deporte con sensores digitales integrados; ropa de deporte con conexión digital incorporada; jerséis cortaviento; ropa en jersey; jerséis [prendas de vestir]; bandanas de ciclismo; calcetines de ciclismo; calzado de ciclismo; calzado para ciclismo; camisetas de ciclismo; capós de ciclismo; chalecos de ciclismo; chaquetas de ciclismo; gorras de ciclismo; guantes de ciclismo; maillots de ciclismo; pantalones de ciclismo; shorts de ciclismo; zapatillas para ciclismo; zapatos de ciclismo con tacos para pedales de enganche; bóxer ajustados; bóxer slips; calzoncillos boxer; camisas de sport; camisetas; camisetas de deporte; camisetas de tirantes; camisetas acolchadas de deporte; camisetas de atletismo sin mangas; camisetas de deporte transpirables; maillots [camisetas de deporte]; botas de deporte; calcetines de deporte; calzado de deporte; camisas deportivas; gorras de deporte; gorras para deportes; leggings de deporte; mallas de deporte; mallas deportivas; pantalones de deporte; petos de deporte; shorts de deporte; sujetadores de deporte; sujetadores deportivos; uniformes de deporte; vestidos deportivos; calzado para actividades deportivas; sneakers [zapatillas deportivas]; pantalones deportivos de jogging; sujetadores deportivos transpirables; clavos para sujeción a los zapatos de deporte; tops deportivos de mujer con sujetador incorporado; pantalones cortos de deporte con almohadilla absorbente incorporada.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2019/0103715 Clase 25: Ropa interior; ropa de deporte; ropa interior de mujer.

Clase 35: Servicios de venta minorista o mayorista de prendas de vestir.

Conexidad competitiva entre productos de la Clase 25 Internacional (Razonabilidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que identifican bienes que, además de pertenecer a la misma clase del nomenclador internacional, presentan una relación género-especie.

Ref. Expediente N° SD2025/0098723

En efecto los bienes solicitados relacionados con prendas de vestir y calzado para el deporte, se encuentran contenidos dentro de la generalidad de bienes identificados por el signo antecedente, destinados a la presentación personal de los consumidores, en específico en el ámbito de los deportes, por lo que comparten una misma naturaleza, destinación, y a menudo canales de comercialización. En esos términos, teniendo en cuenta las semejanzas entre los conjuntos y sus coberturas, se configura un riesgo real de que el usuario asocie los bienes a un mismo origen empresarial.

Conexidad competitiva entre productos de las clases 9 y 25 Internacional (Razonabilidad)

Entre los productos solicitados de la clase 9 relacionados con *gafas, gafas de sol y gafas de deporte* y los productos de la clase 25 distinguidos por el signo antecedente, relacionados con *prendas de vestir de deporte*, se logra establecer que existe una relación competitiva bajo el criterio de razonabilidad, teniendo en cuenta que comparten una misma finalidad, canales de comercialización y público objetivo. En efecto, las gafas y gafas de sol constituyen hoy en día accesorios de moda estrechamente vinculados al atuendo y a la imagen personal, comercializados habitualmente en las mismas tiendas y secciones donde se ofrece ropa deportiva y otros artículos de moda. Asimismo, numerosas marcas operan simultáneamente en ambos sectores, lo que hace plausible que el consumidor, al encontrarse con marcas similares en el mercado, concluya que los bienes provienen de un mismo empresario.

Conexidad competitiva entre productos de las clases 18 y 25 Internacional (Razonabilidad)

Continuando con el análisis y en atención a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección encuentra que existe una relación razonable entre los productos solicitados de la clase 18 —como *bolsas de deporte, mochilas y bolsos deportivos*— y los productos protegidos de la clase 25 —particularmente la *ropa de deporte*— debido a que todos ellos se insertan en un mismo contexto de uso y consumo, dirigidos al mismo público objetivo.

Pues bien, en el mercado es habitual que una misma empresa comercialice tanto prendas deportivas como accesorios para transportarlas, lo cual crea en el consumidor una expectativa razonable de origen empresarial común, reforzada por la coincidencia en los canales de comercialización en tiendas deportivas, almacenes de moda y distribuidores especializados, así como las semejanzas entre los conjuntos.

Conexidad competitiva entre productos de las Clases 24 y 25 Internacional (Razonabilidad)

Finalmente, y en términos similares a los párrafos que preceden, es posible identificar conexidad competitiva por razonabilidad entre los productos de la clase 25 protegidos —*ropa interior y ropa de deporte*— y las *toallas de algodón o de microfibra* solicitadas en la clase 24, pues estos artículos se utilizan dentro de un mismo contexto de consumo, particularmente en actividades deportivas, rutinas de entrenamiento y espacios como gimnasios, vestidores y hogares. La práctica del mercado demuestra que las marcas dedicadas a la confección de prendas deportivas o ropa interior suelen ofrecer también toallas, especialmente aquellas diseñadas para el uso físico o de rápida absorción, situación que, sumada a las semejanzas entre los conjuntos, determinan una posibilidad real de que el usuario los asocie erróneamente a un mismo origen empresarial.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible

Resolución N° 103785

Ref. Expediente N° SD2025/0098723

por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a las clases 21 y 27 deberán ser suspendidas hasta tanto quede en firme la decisión de las clases restantes, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)”

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por H.A. BICICLETAS S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por H.A. BICICLETAS S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 24 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por H.A. BICICLETAS S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la Marca SPORTFITNESS EQUIPMENT & APPAREL (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por H.A. BICICLETAS S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO: Notificar de esta resolución a H.A. BICICLETAS S.A., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO SEXTO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de diciembre de 2025





**Superintendencia de
Industria y Comercio**



Resolución N° 103785

Ref. Expediente N° SD2025/0098723

**DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

