

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 39072

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 3 de julio de 2025, la sociedad **SOLUTIONS COLOMBIA S.A.S** solicitó el registro de la Marca **MICHQUI** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1074 del 28 de julio de 2025, la sociedad **DISTRIBUCIONES R&H SAS** presentó oposición con fundamento en el Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…) 1. SEMEJANZA VISUAL:

El signo solicitado, contiene íntegramente los elementos principales que forman parte del previamente registrado, así:

*MICHQUI
EL CHIQUITIN*

2. SEMEJANZA FONÉTICA:

El signo solicitado contiene íntegramente los elementos silábicos principales que forman parte del signo previamente registrado por mi representada, así:

*MI-CHI-QUI
EL-CHI-QUI-TIN*

3. SEMEJANZA GRAMATICAL:

Cómo lo demostré previamente la marca solicitada reproduce ortográficamente todos los elementos del signo previamente registrado por mi representada, así:

*MI-CHI-QUI
EL-CHI-QUI-TIN*

Lo anterior demuestra la inexistencia de distintividad del signo solicitado, pues reproduce idénticamente la marca previamente registrada por mi poderdante.

La marca solicitada a registro reproduce en forma casi idéntica el aspecto ortográfico de la marca previamente registrada como se demuestra a continuación, si tenemos en cuenta que solo existe una mínima diferencia entre ellas:

1. Comparten identidad de raíz, parte media de la marca generando una identidad similar.

2. La raíz de las palabras tratándose de signos distintivos, está dotada de especial vitalidad, teniendo en cuenta que esta se fija en la mente del consumidor con mayor arraigo debido a que la lectura en nuestro medio se realiza de izquierda a derecha formando un signo que puede ser asociado por el consumidor como un signo

¹ 5: Pañales.

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

de mi poderdante.

3. Dentro de una secuencia de las marcas de forma sucesiva, resulta imperceptible para el consumidor medio², es decir, aquel sobre el cual debe hacerse el presente análisis, distinguir que se trata de empresarios distintos generando con ello un indiscutible riesgo de confusión o asociación, veamos: (...)

En tal sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina indicó “el consumidor al que debe tenerse en cuenta para establecer el posible riesgo de confusión entre dos marcas, es el llamado ‘consumidor medio’ o sea el consumidor común y corriente de determinada clase de productos, en quien debe suponerse un conocimiento y una capacidad de percepción corrientes”.

QUINTO: El signo pretendido no cumple con las condiciones establecidas por la ley para que pueda ser considerado y registrado como una marca comercial, ya que dicho signo incorpora similarmente la expresión distintiva MICHIQUI (EL CHIQUITIN) de propiedad de mi poderdante como marca y por lo tanto al asemejarse éste al signo previamente registrado por mi representada, se estaría produciendo confusión en el mercado.

En consecuencia y partiendo de lo estipulado por la Decisión 486 en su Artículo 136 Literal a), se presentan dos condiciones bases para deducir la irregistrabilidad de una marca; de una parte, la similitud o semejanza entre los signos a comparar por cuanto la reproducción es idéntica y de otra los productos o servicios amparados, de tal forma que los mismos se puedan confundir en el mercado con otros signos previamente registrados.

Por lo expuesto se presentan las dos condiciones previstas por el legislador en el artículo en mención, lo cual indudablemente debe generar la negación del registro.

SEXTO: Además de las confundibilidades directas ya planteadas, nace también confusión indirecta entre los signos en conflicto, surgida de que el efecto que se produce en el consumidor medio de los signos, es exactamente el mismo, más aún cuando los productos que se pretenden distinguir son conexos con los servicios de comercialización y venta de productos y en la clase 3 de la marca previamente solicitada se encuentran los productos como toallitas húmedas, cremas y pañitos para bebés, lo que implica una complementariedad entre los pañales y dichos productos y servicios. (...)

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **SOLUTIONS COLOMBIA S.A.S**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(…) TITULARIDAD PREVIA DE LA MARCA MICHIQUI POR PARTE DEL SOLICITANTE.

Mi representado es titular legítimo de la marca MICHIQUI en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza, registrada en la Superintendencia de Industria y Comercio bajo el Expediente: SD2017/0091234 con Fecha de concesión: 29 de noviembre de 2017 y vigente hasta el año 2027.

Este hecho es determinante y suficiente para desestimar la oposición ya que La División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio ya concedió el registro del signo MICHIQUI, al conceder el registro en 2017, la Superintendencia de Industria y Comercio concluyó que:

MICHIQUI es un signo distintivo, apto para identificar productos en el mercado ya que no vulnera derechos de terceros y no genera riesgo de confusión con EL CHIQUITÍN y/o EL CHIQUITÍN DE LOS PRECIOS BAJOS, la oposición presentada por DISTRIBUCIONES R&H S.A.S pretende reabrir un análisis jurídico ya resuelto por la

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

autoridad competente.

El titular legítimo puede registrar el mismo signo en otras clases, la a Decisión 486 permite que un titular extienda su marca a nuevas clases, solicitando versiones mixtas, figurativas o actualizadas del mismo signo.

DISTRIBUCIONES R&H quien presento la oposición, no puede impedir que mi representado el titular de MICHQUI registre una variante gráfica en la clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza ya que no existe afectación a derechos de terceros. El artículo 136 literal a) exige que el signo solicitado “afecte indebidamente un derecho de tercero”.

Aquí no existe tal afectación porque, MICHQUI se encuentra registrado en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza misma clase en la cual también se encuentra registrado la marca de opositor “EL CHIQUITÍN” esto se ratifica en la coexistencia que ya fue validada por la SIC al permitir:

- MICHQUI (clase 3)
- EL CHIQUITÍN (clase 3)

Esto demuestra Delegatura de Signos Distintivos ya descartó cualquier riesgo de confusión entre los signos enfrentados.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS SIGNOS

Aun sin considerar la titularidad previa —que por sí sola es suficiente—, tampoco existe confundibilidad (...)

La opositora afirma que la marca solicitada reproduce ortográficamente todos los elementos del signo previamente registrado...”

Esto es falso.

Los signos difieren en:

- estructura
- longitud
- acentuación
- terminación
- composición gráfica

El TJCA ha reiterado que la similitud debe evaluarse en conjunto, no por coincidencias parciales.

Semejanza fonética

MICHQUI → mi-chi-quí

EL CHIQUITÍN → el-chi-qui-tín

La terminación “TÍN” es determinante y genera una cadencia completamente distinta.

Así las cosas, desde el punto de vista conceptual o ideológico, ambas expresiones o signos se diferencian por completo, sin significados iguales o equivalentes.

Resulta evidente que la marca solicitada MICHQUI no es idéntica a las marcas opositoras EL CHIQUITIN/ EL CHIQUITIN DE LOS PRECIOS BAJOS y, por ello, su análisis comparativo se circunscribe a aquello que la jurisprudencia identifica como un tercer o cuarto nivel de posibles riesgos en materia de confusión, en los cuales se ubican los signos no idénticos, más si semejantes —en gracia de discusión en el caso concreto-, que pueden distinguir productos o servicios semejantes. En estos últimos

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

niveles de comparación, según lo ha reiterado la jurisprudencia, el examen realizado debe ser profundo, cuidadoso y preciso, analizando todos los factores involucrados y teniendo en cuenta los distintos antecedentes jurisprudenciales y las decisiones de la autoridad adoptadas en casos similares. Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 12-IP-2014 expresó lo siguiente: (...)

En ese sentido, es evidente que una visión general, en conjunto y sin fragmentaciones de la marca solicitada MICHQUI permite advertir y concluir que la impresión y penetración de esta en el consumidor, como un todo, la haría perfectamente distintiva, intrínseca y extrínsecamente, en relación con las marcas opositoras EL CHIQUITÍN y EL CHIQUITÍN DE LOS PRECIOS BAJOS.

Desde el punto de vista gráfico y ortográfico, por su parte, aunque los signos en conflicto comparten algunas letras, son totalmente diferentes: (...)

La marca de mi representado es una marca mixta en la que resalta una figura el cual es un CABALLITO DE MAR, mientras en la opositora resalta la figura de un bebe con gorra gafas y corbata.

Los colores de ambas marcas son muy diferentes y distintivos de cada una ya que en la solicitada resalta el negro y el azul oscuro, mientras en la marca registrada resalta el amarillo y rojo.

Desde el punto de vista de la conexidad entre los productos de la marca registrada y los productos de la marca solicitante se denota que ambas marcas, se encuentran ya registradas en la misma clase, por lo que no se puede asegurar que exista alguna conexidad entre los productos ya que la Delegatura de Signos distintivos de la Superintendencia de Industria Comercio permitió coexistir MICHQUI (clase 3) con EL CHIQUITÍN (clase 3), lo cual demuestra que no existe riesgo de confusión entre los signos enfrentados, por lo tanto no se podría presentar confusión entre el público ya que no se presenta ninguna confusión entre los servicios protegidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza.

La Apoderada de la marca opositora argumenta la conexidad que existe entre los productos de las clases en las que se tiene registrada las marcas EL CHIQUITÍN/EL CHIQUITÍN DE LOS PRECIOS BAJOS y el producto de la clase 5 en el que se está solicitando el registro de la marca MICHQUI, afirmado que existe una estrecha relación entre los productos, cabe resaltar que dicha argumentación no la tuvo en cuenta cuando solicitó el registro en la misma clase en la que previamente estaba registrada la marca de mi mandante, lo que ratifica que considero la coexistencia de ambas marcas sin causar confusión al público ya que es claro que el origen empresarial no es el mismo. (...)"

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irreregistrabilidad en estudio

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

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.

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 con oposición para identificar productos de la clase 5 Internacional.

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° SD2025/0065102

Análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 - Confundibilidad con marcas previamente registradas.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ELCHIQUITIN DE LOS PRECIOS BAJOS	DISTRIBUCIONES R&H SAS	SD2020/0103686	11	35	Marca	Registrada	17/08/2031
Mixta	EL CHIQUITIN		SD2023/0048433	11	3	Marca	Registrada	02/02/2036

Los signos a comparar son los siguientes:



Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado es preciso indicar que se trata de un signo mixto, compuesto por la expresión “**MICHQUI**”, representada en una tipografía decorativa redondeada y con texturas similares a la plastilina y en color azul, acompañada de pequeñas marcas en los costados y el dibujo de un caballo de mar enrollado en la última letra “I”, todo sobre un fondo negro.



Por su parte, los signos opositores son de naturaleza mixta, y se trata de las denominaciones “**ELCHIQUITIN DE LOS PRECIOS BAJOS, EL CHIQUITIN**” en tipografías simples y color amarillo sobre un fondo rojo, acompañados de la fotografía de un bebé sentado con una gorra y una corbata.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras,

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)"⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

"La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado". (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: "BURBUJA VIDEOS 2000", publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera ha reiterado que: *"La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto". (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) "C.A.S.A", publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Comparación entre marcas mixtas y nominativas:

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: "BOLIN BOLA". TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos.

A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- I. Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo, forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- II. Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)*”

Análisis comparativo frente a las marcas opositoras “ELCHIQUITIN DE LOS PRECIOS BAJOS, EL CHIQUITIN” (Mixtas):

En este punto es de resaltar que la comparación de los signos debe atender a una visión de conjunto, lo que evita el fraccionamiento de los signos y lleva a la extracción de la dimensión característica de los mismos. De igual forma, la comparación debe ser sucesiva, ya que el consumidor al acudir al mercado percibe las marcas de forma individualizada.

Ahora bien, se debe precisar que, si bien los signos forman una conjunción de elementos que no es susceptible de ser dividida en sus partes y que debe ser analizada en su conjunto, ello no obsta para que, dentro del conjunto marcario, se analicen aquellos componentes que ostentan una mayor o menor carga distintiva frente a la percepción del consumidor, pues dicho análisis es necesario para determinar si los signos son susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación.

En un primer momento, esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas las que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al compartir una partícula, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados, transcritos y visualizados produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

Se debe precisar que, si bien la denominación del signo solicitado **“MICHQUI”** reproduce parcialmente a las marcas opositoras **“ELCHIQUITIN DE LOS PRECIOS BAJOS, EL CHIQUITIN”**, esta expresión utilizada en el contexto de la expresión del signo solicitado, resulta altamente evocativa frente a los productos pretendidos y confrontados en el caso concreto (pañales (cl.5) y productos para bebés (cl.3)), en tanto que funge como abreviación de la palabra “chiquito”.

En este sentido, esta Dirección observa que la única coincidencia entre estos signos es una expresión evocativa y además común en el mercado para las clases confrontadas, la cual se debe tomar como partícula débil respecto de los productos a identificar. Entonces se aprecia que los elementos adicionales que acompañan la partícula evocativa en el signo solicitado (“MI”, y elemento gráfico), son suficientes para otorgarle la distintividad necesaria para que el consumidor pueda individualizar cada signo sin que se genere confusión frente a los signos opositores que utilizan otro prefijo **“EL”**, la terminación **“TIN”** y un complemento **“DE LOS PRECIOS BAJOS”**.

En este sentido, esta Dirección observa que si bien se presentan semejanzas entre los mismos, al compartir la mencionada partícula, dicha coincidencia se ve diluida por los demás elementos que conforman las marcas.

El signo opositor presenta una composición silábica superior, que la hace más extensa y le confiere una pronunciación diferente, permitiendo la diferenciación gramatical y fonética de los signos. Es decir, si bien el signo solicitado reproduce parcialmente al signo registrado, en su visión de conjunto no resultan confundible en la medida en que presentan elementos adicionales nominativos y gráficos que permiten su individualización; lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto.

También es posible apreciar que los elementos adicionales que acompañan a la partícula evocativa y común en el signo solicitado logran darle un significado diferente al conjunto marcario en base a la inclusión del prefijo **“MI”** frente al desarrollo gramatical diferente de los signos opositores, lo que dado el carácter evocativo de **“CHIQI”**, le otorga suficiente distintividad para que el consumidor pueda individualizar cada signo sin que se genere confusión.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas. Por lo tanto, los referidos signos pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial, dadas las diferencias conceptuales existentes.

A esto se debe sumar las diferencias gráficas existentes entre los signos confrontados, pues si bien en ambos resultan predominantes los elementos nominativos, estos se representan gráficamente de forma totalmente disímil, con gamas de colores opuestas y tipografías e imágenes distintas, por lo que tampoco serán confundidos o asociados por el consumidor en dicho apartado.

Entonces esta Dirección observa que la única coincidencia entre estos signos es una expresión que en el contexto bajo estudio resulta genérica y común para los productos confrontados, siendo que incluso han coexistido en clases conexas como es el caso de la clase 3 conforme a lo argumentado por la sociedad solicitante del registro, por lo que la mencionada coincidencia no puede ser precepto de negación siendo que por un lado existen diferencias en el orden nominativo, conceptual y gráfico de los signos, y por otro

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

lado, si se tiene en cuenta que hay otros signos antecedentes registrados para las clases 3 y 5 que la incorporan en sus conjuntos, aunque con componentes distintos en sus conjuntos que logran diferenciarlos de cara al análisis del consumidor en el mercado.

En suma, esta Dirección observa que no existe riesgo de confusión entre los mismos, en la medida en que elementos como las demás expresiones que componen al signo solicitado logran diluir las semejanzas entre los conjuntos marcarios haciendo que se emita una impresión en conjunto diferente.

Finalmente, es oportuno anotar que el solicitante sólo podrá ejercer exclusividad sobre el signo considerado en su conjunto “**MICHQUI**” (Mixto), más no sobre los elementos del conjunto independientemente considerados dado el carácter débil de las partículas utilizadas.

En otras palabras, solo es oponible el conjunto y no puede privarse a otros comerciantes de utilizar tales elementos nominativos en otra disposición o separados del contexto marcario que aquí se estudia.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecidas en el literal a) del artículo 136 la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **DISTRIBUCIONES R&H SAS** frente a la clase 5ª solicitada.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **MICHQUI** (Mixta).



Reivindicación de colores:

NEGRO
AZUL
AMARILLO
NARANJA
BLANCO

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

(5): Pañales.

Ref. Expediente N° SD2025/0065102

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: SOLUTIONS COLOMBIA S.A.S
CRA 29 A 39 S 34
MEDELLIN ANTIOQUIA
COLOMBIA

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad solicitante del registro **SOLUTIONS COLOMBIA S.A.S** y a la sociedad opositora **DISTRIBUCIONES R&H SAS** el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS