

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI

DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Resolución Nro.: 001-2024-SENADI-DNPI-NOT

TRÁMITE No: SENADI-2023-NOT-001

SOLICITANTE: AGRIPAC S.A.

DENOMINACIÓN: AGRIPAC

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI. - DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL. - Quito, Distrito Metropolitano, 29 de enero de 2024.

1. ANTECEDENTES:

- 1.1 El 05 de enero de 2023, el abogado Flavio José Arosemena Burbano, en calidad de apoderado especial de AGRIPAC S.A., presentó el Formato Único de Declaratoria de Notoriedad de Signos Distintivos, ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, mediante el cual presenta la solicitud de reconocimiento de notoriedad del nombre comercial AGRIPAC, destinado a identificar actividades comerciales relacionadas con la comercialización de productos agrícolas.
- 1.2 El 25 de enero de 2023, mediante providencia previo a admitir a trámite la declaratoria de notoriedad se solicita que AGRIPAC S.A. acredite la representación legal o poder del abogado Flavio José Arosemena Burbano.
- 1.3 El 01 de febrero de 2023, el Sr. Gustavo Wray Franco en calidad de Gerente General de AGRIPAC S.A., presenta escrito mediante el cual legitima las gestiones realizadas por el Abogado Flavio Arosemena Burbano dentro del trámite de solicitud de notoriedad, así como también, autoriza a las abogadas Verónica Gómez Lecaro, Ivonne Adum Farah y Lorena Soto Paredes, y al abogado Daniel Rodríguez Morán para que actúen de manera individual o conjuntamente en su representación.
- 1.4 El 28 de febrero de 2023 se admite a trámite la solicitud, signada con el número SENADI-2023-NOT-001, agregando la tasa de pago comprobante Nro. S-1232874, de fecha 04 de enero de 2023, por el valor de \$3.270 (TRES MIL DOSCIENTOS SETENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA), presentada por AGRIPAC S.A.
- 1.5 El 08 de marzo de 2023, el Ab. Flavio Arosemena Burbano presenta el escrito mediante el cual detalla los anexos presentados, así como el cumplimiento de estos de acuerdo al artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

- 1.6 El 27 de marzo de 2023, mediante providencia se agrega al expediente administrativo el escrito de fecha 08 de marzo de 2023, presentado por el Ab. Flavio Arosemena Burbano.
- 1.7 El 05 de junio de 2023, se presentó escrito y anexos por parte del abogado Flavio Arosemena Burbano, en calidad de apoderado de AGRIPAC S.A.
- 1.8 El 07 de junio de 2023, mediante providencia se agrega al expediente administrativo el escrito y anexos presentados por el Ab. Flavio Arosemena Burbano.
- 1.9 Agréguese al expediente escrito y anexos presentados de fecha 21 de julio de 2023, remitidos por el Ab. Flavio Arosemena Burbano, en calidad de apoderado de AGRIPAC S.A., mismos que serán tomados en consideración al momento de resolver.
- 1.10 Agréguese al expediente escrito y anexos presentados de fecha 14 de agosto de 2023, remitidos por el Ab. Flavio Arosemena Burbano en calidad de apoderado de AGRIPAC S.A, mismos que serán tomados en consideración al momento de resolver.
- 1.11 Agréguese al expediente escrito y anexos presentados de fecha 22 de diciembre de 2023, remitidos por la doctora Lorena Soto Paredes en calidad de abogada autorizada de AGRIPAC S.A, mismos que serán tomados en consideración al momento de resolver.

Con los antecedentes expuestos, esta Dirección Nacional en el ejercicio de sus facultades legales, para resolver la presente solicitud de Declaratoria de Notoriedad.

CONSIDERA:

PRIMERO. – Que el Art. 1 de la Constitución de la República del Ecuador establece que el Ecuador es un Estado de derechos y justicia;

SEGUNDO. - Que, el Art. 322 ibídem, reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley;

TERCERO. - Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 356, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 224 de 18 de abril de 2018, se creó el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) como la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales; y, mediante Resolución Nro. 005-2023-DG-NI-SENADI de 24 de julio de 2023, se expide el Estatuto Orgánico del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, en consecuencia, esta Dirección Nacional es competente para sustanciar y resolver el presente procedimiento administrativo.

CUARTO. - Que las Disposiciones Generales Primera y Segunda del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, establecen lo siguiente:

PRIMERA. - Para la aplicación de las disposiciones de este Código se atenderá lo establecido en el artículo 425 de la Constitución de la República, así como los tratados internacionales suscritos por el Ecuador.

SEGUNDA. - Las disposiciones establecidas en el presente Código referidas a la propiedad intelectual se aplicarán en lo que no fuere contrario u opuesto a los compromisos asumidos por el Ecuador en las Decisiones de la Comunidad Andina, en su condición de País Miembro."

En atención a lo indicado por las normas referidas, conviene señalar que existen instrumentos internacionales de los cuales el Ecuador es parte, que regulan aspectos en materia de propiedad intelectual, y específicamente lo concerniente a Marcas Notorias, tales como el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, en adelante "Acuerdo sobre los ADPIC" y la Decisión 486 que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comunidad Andina de Naciones – CAN, por lo que, corresponde su aplicación en el presente caso.

El artículo 415.- Define a los nombres comerciales de la siguiente forma: Se entenderá por nombre comercial cualquier signo que sea apto para identificar a una persona o establecimiento mercantil en el ejercicio de su actividad económica y distinguirla de las demás que desarrollan actividades idénticas o similares.

De igual forma el Artículo 423 del mismo cuerpo normativo señala: Aplicación: Serán aplicables a los nombres comerciales, en lo que fuere pertinente, las disposiciones del Capítulo VI de este Título.

QUINTO. - A efectos de definir lo que se debe entender por signo notoriamente conocido, es pertinente citar lo establecido en la normativa aplicable, la misma que señala lo siguiente:

El artículo 224 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, establece lo siguiente: "*Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido*".

Por su parte, el artículo 459 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, define a los Signos Distintivos Notoriamente Conocidos de la siguiente manera: "*Se entenderá por signo distintivo notoriamente conocido el que fuere reconocido como tal en el país o en cualquier país miembro del Convenio de París, ADPIC, o con el que el Ecuador mantenga tratados en materia de propiedad industrial por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido*".

Como se puede notar de las definiciones establecidas en la normativa citada, estas son concordantes, coincidentes y concurrentes entre sí.



SEXTO. – En el artículo 312 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos, establece de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales podrá declarar la notoriedad actual de un signo distintivo.

SÉPTIMO. - Que, el artículo 230 de la Decisión 486, señala que se considerarán como sectores pertinentes de referencia para determinar la notoriedad de un signo distintivo, entre otros, los siguientes:

- a) los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique;
- b) las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o,
- c) los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique.

Para efectos de reconocer la notoriedad de un signo bastará que sea conocido dentro de cualquiera de los sectores referidos en los literales anteriores.

OCTAVO. - Validez Procesal. – Esta Dirección observa que no se han producido omisiones de solemnidades sustanciales ni vicios que puedan afectar de nulidad al presente trámite por lo que se lo declara válido.

NOVENO. – Prueba de Notoriedad

Del material probatorio agregado por el solicitante se identifican las pruebas con las cuales se alega notoriedad, que se detallan e indican a continuación:

- 9.1. Informe de Estudio de mercado de fecha 04 de enero de 2023, suscrito por los peritos Washintong Macías y Katia Rodríguez.
- 9.2. Currículum del perito Eco. Washington Macías quien suscribe el informe de Estudio de mercado.
- 9.3. Certificado electrónico del Registro Nacional de Peritos, conferido al Eco. Washintong Macías con No. SCVS-RNP-626, suscrito por la Abogada María Sol Donoso Molina, secretaria general de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
- 9.4. Currículum de la perito Eco. Katia Rodríguez quien suscribe el informe de Estudio de mercado.
- 9.5. Certificado electrónico del Registro Nacional de Peritos conferido a la Econ. Katia Lorena Rodríguez Morales con el No. SC-RNP-642, suscrito por la Abogada Gisela Beatriz Torres Bonilla, secretaria general de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

- 9.6. Certificación de documentos materializados Nro. 20230916004C00038, de fecha 05 de enero del 2023, emitido por la doctora Magni Susana Encalada Duffer, Notaria Cuarta del Cantón Samborondón, respecto de la siguiente página web:

<https://agroscoPIO.com/directorio/agripac-s-a/>

- 9.7. Certificación de documentos materializados Nro. 20230916004C00035, de fecha 05 de enero del 2023, emitido por la doctora Magni Susana Encalada Duffer, Notaria Cuarta del Cantón Samborondón, respecto de la siguiente página web:

<https://cemdes.org/blog/agripac-celebro-sus-50-anos-en-el-mercado-creando-valor/>

- 9.8. Certificación de documentos materializados Nro. 20230916004C00034, de fecha 05 de enero del 2023, emitido por la doctora Magni Susana Encalada Duffer, Notaria Cuarta del Cantón Samborondón, respecto de la siguiente página web:

<https://www.eluniverso.com/economia/bid-invest-otorga-prestamo-16-millones-a-agripac-para-impulsar-las-pymes-en-ecuador-nota/>

- 9.9. Certificación de documentos materializados Nro. 20230916004C00037, de fecha 05 de enero del 2023, emitidos por la doctora Magni Susana Encalada Duffer, Notaria Cuarta del Cantón Samborondón, respecto de la siguiente página web:

<https://agripac.com.ec/nuestra-historia/50-aniversario/>

- 9.10. Formulario SCV.NIF.2001302021.1 de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, respecto del Estado de Resultado Integral de la empresa AGRIPAC S.A., correspondiente al año 2021.

- 9.11. Copia simple de la página www.malzysoya.com/lector.php?id=20180940&tabla=articulos, en el que se visualiza la portada del informe de Sostenibilidad 2016 – 2017.

- 9.12. Certificación de documentos materializados Nro. 20230916004C00036, de fecha 05 de enero de 2023, emitido por la doctora Magni Susana Encalada Duffer, Notaria Cuarta del Cantón Samborondón, respecto de la siguiente página web:

<https://agripac.com.ec/nuestra-historia/>

- 9.13. Fiel copia de documentos exhibidos en original Nro. 20230901041C01012, de fecha 24 de mayo de 2023, emitido por el Doctor Xavier Antonio Larrea Nowak, Notario Cuadragésimo Primero del cantón Guayaquil, mediante el cual se remite

el contrato de distribución entre Agripac y el señor Jose Filamil Franco Camba.

- 9.14. Fiel copia de documentos exhibidos en original Nro. 20230901041C01010, de fecha 24 de mayo de 2023, emitido por el Doctor Xavier Antonio Larrea Nowak, Notario Cuadragésimo Primero del cantón Guayaquil, mediante el cual se remite el contrato de distribución entre Agripac y la empresa DIMEVAR.
- 9.15. Fiel copia de documentos exhibidos en original Nro. 20230901041C01011, de fecha 24 de mayo de 2023, emitido por el Doctor Xavier Antonio Larrea Nowak, Notario Cuadragésimo Primero del cantón Guayaquil, mediante el cual se remite el contrato de distribución entre Agripac y la compañía PRONAVALLE.
- 9.16. Fiel copia de documentos exhibidos en original Nro. 20230901041C01009, de fecha 24 de mayo de 2023, emitido por el Doctor Xavier Antonio Larrea Nowak, Notario Cuadragésimo Primero del cantón Guayaquil, mediante el cual se remite el contrato de distribución entre Agripac y la compañía BARNUEVO VALAREZO&GCP CIA. LTDA.
- 9.17. Fiel copia de documentos exhibidos en original Nro. 20230901041C01050, y Certificación de Documentos Materializados Nro. 20230901041C01050, de fecha 31 de mayo de 2023, emitidos por el Doctor Xavier Antonio Larrea Nowak, Notario Cuadragésimo Primero del cantón Guayaquil, respecto de lo siguiente:
- Copias certificadas de los Convenios Vocera/o de Marca;
 - Materialización de los Convenios Vocera de Marca; y,
 - Materialización de los siguientes correos electrónicos, de los cuales se desprenden 14 facturas a favor de AGRIPAC, correspondiente a los años 2021, 2022 y 2023, respecto de la inversión realizada en publicidad detalladas a continuación:

Correos:

- o jortega@agripac.com.ec
- o thepol.crew@gmail.com
- o mfromero@agripac.com.ec

Facturas:

Número	Fecha	Monto
001-007-000002720	12-02-2021	16.811.18
001-002-000002696	19-02-2021	33.600.00
001-001-000003687	08-04-2021	33.600.00
001-200-000023882	02-07-2021	33.148.24
005-002-000015444	04-08-2021	40.712.00
001-006-000012542	10-09-2021	69.742.01



001-006-000012798	09-11-2021	47.628.00
003-001-000011190	10-11-2022	39.200.00
001-001-000000173	02-11-2022	10.752.00
001-001-000000005	06-02-2023	2.163.84
001-300-000098285	02-02-2023	15.120.00
001-300-000099360	01-03-2023	15.120.00
001-024-000278385	06-03-2023	33.600.00
001-100-000000002	07-03-2023	13.000.00

- 9.18. Informe de fecha 19 de julio de 2023, mediante el cual el señor Wray Franco Gustavo Francisco, en calidad de Gerente General de la compañía AGRIPAC S.A., certifica los gastos de publicidad, de los años 2021, 2022 y 2023, respaldando los mismos, con copias certificadas de las facturas, detalladas continuación:

Proveedor	Fecha	Monto Invertido
Sociedad General de Autores y Compositores	02-07-2021	UDS. \$ 33,148.24
Juan Román López Castillo	01-11-2022	UDS. \$ 24,640.00
BARENVO S.A.	01-12-2022	UDS. \$ 12,544.00
CONGRESOS VETERINARIOS DEL ECUADOR S.A.S.	02-11-2022	UDS. \$ 10,752.00
MIRAGLIA ICAZA ROMINA SILVANA	04-01-2023	UDS. \$ 3,080.00
DUOPRINT G.S.A.	04-08-2021	UDS. \$ 40,712.00
EDITORES NACIONALES C.LTDA. (ENSA)	06-10-2022	UDS. \$ 13,440.00
TBZADVERTISE CIA. LTDA	08-04-2021	UDS. \$ 33,600.00
GUAYAQUIL COUNTRY CLUB	10-11-2022	UDS. \$ 39,200.00
CÁMARA NACIONAL DE ACUACULTURA	11-11-2022	USD. \$ 13,525.00
ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL LITORAL Y GALÁPAGOS	13-03-2023	USD. \$ 11,200.00



CHRISTIAN ANDEUVER VIZUETE TAPIA	16-02-2023	USD. \$ 11,373.43
TALMAX S.A.	23-01-2023	USD. \$ 13,440.00

- 9.19. Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes de la compañía AGRIPAC S.A.
- 9.20. Copia certificada del nombramiento del señor Gustavo Francisco Wray Franco como Gerente General de la compañía AGRIPAC S.A., con su debida inscripción en el Registro Mercantil de Guayaquil, así como también la copia certificada de la cédula de ciudadanía.
- 9.21. Fiel copia de documentos exhibidos en original Nro. 20230505004001862, de fecha 07 de agosto de 2023, emitido por la Abg. María del Carmen Carvajal Ayala, Notaria Cuarta del cantón Daule, respecto de los siguientes:
- Reportaje de Revista hecha sobre la trayectoria de AGRIPAC y su relevancia en el mercado.
- 9.22. Certificación de documentos materializados Nro. 20231701022C03753, de fecha 19 de diciembre del 2023, emitidos por la doctora Cristina Elizabeth Casa Llumiquinga, Notaria Suplente Vigésima Segunda del Cantón Quito, respecto de las siguientes páginas webs:
- [instagram.com/agripacsa/?hl=es](https://www.instagram.com/agripacsa/?hl=es)
 - https://www.facebook.com/Agripac/?locale=es_LA
 - <https://www.youtube.com/@Agripac-oficial>

Décimo. - Valoración de la prueba:

De acuerdo al Formato Único de Declaratoria de Notoriedad de Signos Distintivos, presentado el 05 de enero de 2023, se solicitó la declaratoria de notoriedad del nombre comercial AGRIPAC, por lo cual es importante definirlo previamente:

El artículo 190 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, entiende al nombre comercial como "(...) cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa o a un establecimiento mercantil".

De conformidad con la Interpretación prejudicial Nro. 221_IP_2019, se establece que: "El nombre comercial es el signo que identifica a un empresario (persona natural o jurídica) en el mercado. No es el nombre, razón o denominación social del empresario. Es más, es el signo mediante el cual los consumidores identifican la actividad económica del empresario o el establecimiento comercial del empresario. (...) "

Por otro lado, la calidad de notorio de acuerdo con la definición del Diccionario de la Lengua Española, la característica de notorio se entiende por algo conocido y sabido por todos, además de claro y evidente.”¹

El artículo 224 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, define a los signos notoriamente conocidos de la siguiente forma: “Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido”.

Como sabemos la misma Decisión señala que la notoriedad es un hecho que debe ser probado por quien lo alega, “(...) eso no significa que la notoriedad surja de la marca por sí sola, o que para su reconocimiento legal no tengan que probarse las circunstancias que precisamente han dado a la marca ese status.”²

“La prueba de la notoriedad del signo deberá atender a criterios diferentes al del uso del signo en el mercado, ya que deberá dar cumplimiento a lo indicado en el artículo 228 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina”³ (Subrayado fuera de texto).

A efectos de determinar la notoriedad de un signo distintivo, el artículo 228 de la Decisión 486 establece de manera ejemplificativa diversos factores a ser tomados en cuenta, concordante con el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos Creatividad e Innovación, los mismos que se detallan a continuación:

10.1 Pruebas tendientes a demostrar el grado de conocimiento dentro del sector pertinente de cualquier País Miembro⁴

El tratadista Fernández Novoa sostiene: “Marca notoria es la que goza de difusión o – lo que es lo mismo- es conocida por los consumidores de la clase de productos a los que se aplica la marca. La difusión en el sector correspondiente de los consumidores es el presupuesto de notoriedad de la marca. Además del uso. El público ha de contemplar en la marca el signo que distingue una clase de productos en atención a su origen empresarial”⁵.

Para demostrar este factor, existe un sinnúmero de pruebas que el solicitante puede emplear, entre ellas se encuentran los estudios de mercado, que son un conjunto de acciones que una empresa utiliza a nivel comercial para obtener información actualizada, preferencias de compradores o interesados en un producto o servicio.

En el presente caso, el solicitante ha incorporado un estudio de mercado elaborado por los peritos Washington Macías y Katia Rodríguez, sobre el signo AGRIPAC, con la finalidad de

¹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, www.rae.es.

² Tribunal Andino de Justicia, Proceso 135-IP-2014

³ Tribunal Andino de Justicia, Proceso 143-IP-2015

⁴ Literal a) del artículo 228 de la Decisión Andina 486.

⁵ FERNANDEZ NOVOA, Fundamentos de Derecho de Marcas, Editorial Montecorvo, Madrid, 1984, pág., 32.



identificar el grado de conocimiento del signo y describir la reputación que tiene el mismo en el Ecuador, a partir de la percepción de los consumidores.

En las conclusiones del informe se aprecia lo siguiente: "(...) La notoriedad de una marca tiene tres niveles en la mente del consumidor: (1) ser la primera marca que viene a la mente (Top of Mind, TOM), (2) estar entre las que se vienen a la mente espontáneamente pero no en el primer lugar, y (3) recordarla de manera asistida. Cerca del 99% de los encuestados tenían en su Top of Mind a Agripac, lo que generó un puntaje ponderado de 99.7/100. En el mismo documento, se señala: "(...) el factor de marca de Agripac resultó en 90.1/100, que refleja un excelente posicionamiento de la marca, basado en asociaciones positivas en la mente del consumidor, en clientes satisfechos, que tienen una actitud a seguir atados a la marca y a recomendarla a otros (...)", y finaliza señalando que: "(...) Agripac tiene un excelente posicionamiento, soportado en asociaciones positivas en la mente del consumidor, en su satisfacción constante tanto por el uso de los productos como por el servicio y asesoría recibida (...)"

De igual forma, se aprecian en el expediente como prueba útil la materialización de la página web del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador, CEMDES, en el que se menciona en su parte pertinente lo siguiente: "Durante el evento por los 50 años, Agripac recibió varios reconocimientos por su trayectoria, entre ellos de la Municipalidad de Guayaquil, la Cámara de Comercio de Guayaquil, FEDEXPOR, Corporación Mucho Mejor Ecuador, EXCEL AG, entre otros."

En el expediente se aprecian copias certificadas de la revista AE, correspondiente a octubre de 2021, en la que se menciona en su parte pertinente lo siguiente:

"Abriendo mercados. En 2019, Agripac ya no solo tenía locales en Ecuador, abrió su primera agencia en Tumbes, Perú, producto de una demanda excelente en este país (...)"

Como prueba útil se observa la materialización de la red social que demuestra el conocimiento del signo AGRIPAC que nos permiten deducir que el conocimiento del nombre comercial es suficiente por el sector pertinente; como: INSTAGRAM con total 24,7 mil de seguidores, FACEBOOK con un total de 54 mil seguidores y YOUTUBE con un total de 2.7 mil de suscriptores.

En virtud de lo expuesto, se puede concluir que el conocimiento del nombre comercial AGRIPAC, es suficiente en el sector pertinente en Ecuador.

10.2 Pruebas tendientes a demostrar la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro, incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones, u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad en los que se aplique⁶.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado: "para poder determinar la notoriedad de un signo distintivo, es preciso que se haya difundido dentro de un territorio y

⁶ Literal b) y c) del artículo 228 de la Decisión Andina 486.



durante un tiempo determinado, toda vez que la única manera de lograr la notoriedad de un signo distintivo es por medio de su difusión y reconocimiento en el público consumidor”⁷

En ese sentido, la publicidad y difusión se consideran medios importantes para demostrar la notoriedad de un signo, pues el enfoque en la mente de un consumidor es relevante a la hora de tomar decisiones sobre la elección de un producto.

Se puede apreciar de las pruebas aportadas la materialización de la página web del consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador, en el que se destaca lo siguiente:

“Con 201 puntos de venta a nivel nacional, Agripac llega a todo el país, incluidas dos agencias de atención en Perú”.

De igual forma, se visualiza en el expediente como prueba la materialización de la red social INSTAGRAM que nos permiten apreciar el gran número de seguidores ascendiendo a 24.7 mil, y 930 publicaciones, en las que se aprecia publicidad e información sobre los productos identificados con el nombre comercial AGRIPAC.

En la red social FACEBOOK, el signo AGRIPAC, cuenta con 49 mil me gusta y 54 mil seguidores, demostrando la publicidad e información realizada en dicho medio.

En la red social YOUTUBE, se destaca AGRIPAC por sus 2.77 mil suscriptores, así como los 167 videos subidos.

En conclusión, se observa que el solicitante ha demostrado el uso amplio y generalizado, dentro y fuera de la Comunidad Andina, de tal forma que es fácilmente reconocido y recordado por el consumidor.

10.3 Prueba tendientes a demostrar el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover los productos o servicios, o el establecimiento o actividad a los que se aplique; así como, el valor contable del signo como activo empresarial⁸.

El tratadista Jorge Otamendi ha señalado: “La notoriedad es un nivel al cual llegan pocas marcas, ya que esto implica un status de aceptación por parte del público que sólo es consecuencia del éxito que ha tenido el producto o servicio que las marcas distinguen” (Jorge Otamendi, ob. Cit. Pág. 327).

En el presente caso, el solicitante ha incorporado un estudio de mercado elaborado por los peritos Washington Macías y Katia Rodríguez, sobre el nombre comercial AGRIPAC, del cual se desprende en sus conclusiones lo siguiente:

(...) con base en algunos escenarios de proyección de crecimiento, en la estructura de costos y gastos típica de la empresa, y en la política de inversiones, el valor de la marca oscila entre

⁷ Tribunal Andino de Justicia, Proceso 1- IP-2000

⁸ Literal d) y g) del artículo 228 de la Decisión Andina 486.



27.8 y 33.9 millones de dólares, lo que en promedio representa el 20% del valor de su patrimonio a finales del año 2018.

Adicionalmente se puede apreciar en la materialización de la página web del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador CEMDES, lo siguiente:

"(...) Todos los años, mínimo la inversión ha estado por encima de los 20 a 25 millones de dólares. Este 2022 invertiremos 30 millones. Pensamos que, si una compañía deja de invertir, no crece o se podría incluso decir, empieza a morir. Entonces, siempre empujamos hacia delante" "(...) dijo Nicolás Armstrong, vicepresidente comercial de Agripac."

De igual forma, entre las pruebas aportadas se identifica la materialización de la página web del Diario El Universo respecto de una publicación realiza el 20 de diciembre de 2021 en el que se destaca lo siguiente:

"BID Invest otorgó un préstamo por hasta \$16 millones a Agripac, una empresa dedicada a la comercialización de insumos agropecuarios en Ecuador.

Los fondos serán destinados a financiar el plan de inversiones de Agripac para incrementar su productividad y fortalecer su cadena de suministro (...)"

Con lo que se demuestra que el solicitante realiza los esfuerzos considerables para invertir en su negocio y, por tanto, adquirir mayor reconocimiento de las actividades que brinda con el nombre comercial AGRIPAC.

Por otro lado, se evidencia en el expediente como prueba, la copia certificada de los CONVENIOS VOCERA/O DE MARCA suscritos el 27 de julio de 2022, entre la compañía AGRIPAC S.A., y la señora Andrea María Rendon Lasso, quien mantiene una cuenta en la red social INSTAGRAM promocionando productos y servicios, con la finalidad de dar a conocer la marca WELLNESS comercializada por AGRIPAC S.A. y, el 06 de abril de 2023 con el señor JOAN MENDEZ BARAHONA, quien promociona productos y servicios en sus cuentas de la red social INSTAGRAM como TIK TOK, con la finalidad de promocionar marcas comercializadas por AGRIPAC S.A.

Adicionalmente se puede observar materializaciones de facturas, correspondiente a los gastos realizados, por concepto de publicidad durante los años 2021, y 2023 detallados a continuación:

Empresa	Número	Fecha	Monto
CÁMARA NACIONAL DE ACUACULTURA	001-007-000002720	12-02-2021	USD \$ 16.811.18
CLUB ESPECIALIZADO FORMATIVO ORENSE SPORTING CLUB	001-002-000002696	19-02-2021	USD \$ 33.600.00
IPG MEDIABRANDS S.A.	001-006-000012542	10-09-2021	USD \$ 69.742.01
IPG MEDIABRANDS S.A.	001-006-000012798	09-11-2021	USD \$ 47.628.00



RENDON LASSO ANDREA MARIA	001-001-000000005	06-02-2023	USD \$ 2.163.84
CORPORACION EL ROSADO S.A.	001-300-000098285	02-02-2023	USD \$ 15.120.00
CORPORACION EL ROSADO S.A.	001-300-000099360	01-03-2023	USD \$ 15.120.00
CORPORACION FAVORITA C.A.	001-024-000278385	06-03-2023	USD \$ 33.600.00
ASOCIACION DE MEDICOS VETERINARIOS ESPECIALISTAS EN PEQUEÑAS ESPECIES AMVEPE	001-100-000000002	07-03-2023	USD \$ 13.000.00

Así también, del informe emitido por el ingeniero Wray Franco Gustavo Francisco, Gerente General de la compañía AGRIPAC S.A., se menciona en su parte pertinente: "(...) por medio de la presente certifico a usted que mi representada, ha efectuado entre otros, los siguientes gastos de publicidad" de los cuales adjunta copias certificadas de las facturas correspondientes a los años 2021, 2022 y 2023 que se detallan a continuación:

Proveedor	Fecha	Monto Invertido
SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y COMPOSITORES	02-07-2021	USD \$ 33,148.24
JUAN ROMÁN LÓPEZ CASTILLO	01-11-2022	USD \$ 24,640.00
BARENVO S.A.	01-12-2022	USD \$ 12,544.00
CONGRESOS VETERINARIOS DEL ECUADOR S.A.S.	02-11-2022	USD \$ 10,752.00
MIRAGLIA ICAZA ROMINA SILVANA	04-01-2023	USD \$ 3,080.00
DUOPRINT G.S.A.	04-08-2021	USD \$ 40,712.00
EDITORES NACIONALES C.LTDA. (ENSA)	06-10-2022	USD \$ 13,440.00
TBZADVERTISE CIA. LTDA	08-04-2021	USD \$ 33,600.00
GUAYAQUIL COUNTRY CLUB	10-11-2022	USD \$ 39,200.00
CÁMARA NACIONAL DE ACUACULTURA	11-11-2022	USD \$ 13,525.00



ASOCIACIÓN DE GANADEROS DEL LITORAL Y GALÁPAGOS	13-03-2023	USD \$ 11,200.00
CHRISTIAN ANDLUVER VIZUETE TAPIA	16-02-2023	USD \$ 11,073.43
TALMAX S.A.	23-01-2023	USD \$ 13,440.00

En el informe elaborado por los peritos Washington Macías y Katia Rodríguez, indican que se realiza el proceso de valoración de marca y se hace con fecha de referencia de finales de septiembre de 2019, mencionan los peritos que esta valoración se ha realizado aplicando el Manual Oficial de Valoración de Intangibles de Propiedad Intelectuales en el Ecuador, la Norma ISO 10668 para valoración de marcas y los principales elementos que utilizan las consultoras mundiales especializadas en valoración de marcas. Dando como "resultado un valor de marca de 29.2 millones de dólares en el escenario neutral que equivale cerca del 20% del valor de patrimonio de la empresa".

De las pruebas incorporadas por AGRIPAC S.A., se concluye que, existe una gran inversión del nombre comercial AGRIPAC para promover las actividades comerciales relacionadas con la comercialización de productos agrícolas, es decir, con la prueba aportada cumple con los literales d) y g) del artículo 228 de la Decisión Andina 486.

10.4 Pruebas tendientes a demostrar las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular⁹.

Los ingresos asociados a un signo son aquellos recursos que su titular percibe gracias al aprovechamiento comercial de la misma.

De acuerdo al estudio de mercado elaborado por los peritos Washington Macías y Katia Rodríguez, sobre el signo AGRIPAC, se aprecia el monto de ingresos y la utilidad de la empresa Agripac correspondientes a los años 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023, información que es obtenida en base a los informes financieros presentados ante la Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros.

1. Cálculo de la utilidad neta

	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos Netos Agripac	313,072,220	322,019,922	331,223,352	344,308,546	356,391,737
Ingresos Netos Totales	314,645,447	323,638,112	332,887,791	346,320,146	358,182,650
Costos de Venta Agripac	(224,775,421)	(231,199,573)	(237,807,329)	(247,403,093)	(255,677,391)
Margen Bruto Agripac	88,296,799	90,820,349	93,416,023	97,185,453	100,514,346
Utilidad Bruta Total	88,740,501	91,276,733	93,885,450	97,673,822	101,019,443
UAIIDA (EBITDA)	40,093,248	41,239,126	42,417,753	44,129,352	45,640,914
Utilidad Neta	19,131,235	19,683,810	20,252,178	21,077,559	21,963,340
% Rentabilidad Sobre Ventas	6.1%	6.1%	6.1%	6.1%	6.1%

⁹ Literal e) del artículo 228 de la Decisión Andina 486.



Adicionalmente se aprecia copias certificadas de la revista AE, correspondiente a octubre de 2021, en la que se menciona en su parte pertinente lo siguiente:

"En 2020, AGRIPAC registró ventas por US\$ 346 millones y este año esperan cerrar con US\$ 400 millones según detalla el vicepresidente de la Compañía."

Por otro lado, entre los documentos incorporados se aprecia copias certificadas de contratos de distribución detallados a continuación:

Partes	Objeto
AGRIPAC S.A. – JOSE FILAMIL FRANCO CAMBA	Distribución y reventa por parte del Distribuido de los productos de Agripac, en la provincia del Guayas, Santa Elena y Los Ríos
AGRIPAC S.A. – VICTOR NESTORIO FLORES SANCHEZ	Distribución y reventa por parte del Distribuido de los productos de Agripac, en la provincia del Guayas, Santa Elena y Los Ríos
AGRIPAC S.A. – LA COMPAÑÍA PRONAVALLE	Distribución y reventa por parte del Distribuido de los productos de Agripac, en la ciudad de Quito, provincias Pichincha y Napo
AGRIPAC S.A. – LA COMPAÑÍA BARRIO NUEVO VALAREZO&GCP CIA. LTDA.	Distribución y reventa por parte del Distribuido de los productos de Agripac, en la provincia de Pichincha.

En virtud del material incorporado, se concluye que la compañía AGRIPAC S.A., ha incorporado documentos que demuestran las ventas e ingresos, así como, los actos de comercio a través de los contratos de distribución con que ha suscrito con varias empresas para llegar a más territorios.

10.5 Prueba tendientes a demostrar la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero.¹⁰;

De los documentos incorporados se aprecia la materialización de la página web de AGRIPAC, en el que se visualiza su historia iniciando sus actividades desde 1972, en la cual se destaca lo siguiente:

¹⁰ Literal k) del artículo 228 de la Decisión Andina 486.



"(...) contamos con la red de distribución de productos agroindustriales más grande del país. Con 201 locales en todo el territorio ecuatoriano (...)"

De igual forma, en el Título No. 731-10 del nombre comercial AGRIPAC a favor de AGRIPAC S.A., se evidencia que el nombre comercial AGRIPAC tiene un registro en el Ecuador de 13 años de antigüedad.

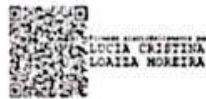
Por lo expuesto, esta Dirección Nacional de Propiedad Industrial, en ejercicio de sus competencias,

RESUELVE:

1. **DECLARAR LA NOTORIEDAD** del nombre comercial AGRIPAC para proteger los servicios de comercialización de productos agrícolas.
2. **ORDENAR** la emisión del respectivo Certificado de Declaratoria

El presente acto administrativo es susceptible de impugnación a través de los recursos administrativos establecidos en el Código Orgánico Administrativo, en concordancia con lo previsto en el artículo 597 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación; o por vía judicial ante uno de los Tribunales Distritales de lo Contencioso Administrativo.

La presente Resolución se emite en virtud de Acción de Personal Nro. SENADI-UATH-2022-02-092, de 07 de febrero de 2022.- **NOTIFÍQUESE.** -



Cristina Loaiza Moreira

DIRECTORA NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Razón: En la ciudad de Quito, D.M., se procedió a notificar la resolución que antecede el día 30 de enero de 2024 a las 16h30 a AGRIPAC S.A., en el casillero virtual Nro. 92; y mediante el correo electrónico casillasenadi@propiedadintelectual.com.ec.

En virtud de la delegación conferida mediante Resolución No.012-2023-DG-SENADI, de 01 agosto de 2023. Certifico. -



Gioconda Aguilar Lozada

DELEGADA PARA LAS ATRIBUCIONES DE LA GESTIÓN DE DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO