



GUILLERMO LASSO PRESIDENTE

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELLECTUALES - SENADI
DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
Resolución Nro.: 001-2022-SENADI-DNPI-NOT

TRÁMITE No: SENADI-2022-NOT-002
SOLICITANTE: NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL NIRSA S.A
DENOMINACIÓN: REAL

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELLECTUALES - SENADI. - DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL. - Quito, Distrito Metropolitano, 25 de octubre de 2022.- Las 10H00.-

1.- ANTECEDENTES:

1.1 El 28 de abril del 2022, el Dr. Carlos Alberto Arroyo Del Rio V., en calidad de apoderado especial de compañía NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL "N.I.R.S.A." S. A., presentó el Formato Único de Declaratoria de Notoriedad de Signos Distintivos, ante el Servicio Nacional de Derechos Intellectuales, mediante el cual en su parte pertinente solicita: "(...) se sirva declarar la notoriedad de la marca REAL en las clases internacionales 29, 30, y 32 (...) para identificar siguientes productos detallados a continuación:

Clase Internacional 29:

- Pescado, atún, mariscos, camarón, sardinas, corvina, wahoo, dorado, tilapia, macarela, champiñones, conservas de pescado, congelados de pescado, pavo, frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, maíz, durazno, mango y piña enlatados.

Clase internacional 30:

- Arroz, salsa de tomate, empanadas, pan de yuca, fideos.

Clase Internacional 32:

- Jugos".

1.2 El 05 de mayo de 2022 se admite a trámite la presente solicitud, signada con el número SENADI-2022-NOT-002, agregando la tasa de pago comprobante Nro. S-1181790, de fecha 28 de abril de 2022, por el valor de \$3.270 (Tres Mil Doscientos Setenta Dólares de los Estados Unidos de América), presentada por NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL NIRSA S. A.

Servicio Nacional de Derechos Intellectuales

Dirección: Av. Republica E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300
Codigo postal: 170516 / Quito-Ecuador
Teléfono: +593- 2-3940 000
www.derechosintelectuales.gob.ec



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 (CRE) 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, que, de conformidad con la Disposición Transitoria Tercera del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, el SENADI será el sucesor en derecho del extinto Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

De la misma manera, la Disposición Transitoria Cuarta del referido Decreto Ejecutivo, establece que: "La estructura orgánica del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual funcionará hasta que la estructura orgánica del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales sea aprobada (...)", 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

**Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Código postal: 170518 / Quito-Ecuador  
Teléfono: +593- 2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)



-843-  
- OCHOCIENTOS  
CUARENTA Y TRES -  
- 843 -  
Ochocientos Veinte



GUILLERMO LASSO  
PRESIDENTE

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.

QUINTO. - A efectos de definir lo que se debe entender por Marca Notoria, 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.

De igual forma 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" <sup>1</sup>.

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.

<sup>1</sup> FERNANDEZ NOVOA, Fundamentos de Derecho de Marcas, Editorial Montecorvo, Madrid, 1984, pág., 32.

**Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**  
Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro – Edificio FORUM 300  
Codigo postal: 170510 - Guano-Ecuador  
Teléfono: +593- 2-3940 000  
www.derechosintelectuales.gob.ec



SÉPTIMO. - Que, el artículo 462 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, señala que se considerarán como sectores pertinentes de referencia para determinar la notoriedad de un signo distintivo, entre otros, los siguientes:

- 1) Los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o,
- 2) 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. – Prueba de la Notoriedad:

Del material probatorio agregado por el solicitante se ha realizado un desglose de las pruebas relevantes para cada clase internacional en la cual se alega notoriedad, las cuales se detallan a continuación:

#### 8.1 Para la Clase Internacional No. 29:

8.1.1 Certificado de registro en Ecuador de la marca Diseño de Atún REAL y etiqueta, número de registro 1931, de 06 de julio de 1976; dando cumplimiento con el literal 11) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

8.1.2 Certificado de registro en Ecuador de la marca Diseño de Sardinias REAL y etiqueta, número de registro 1932, de 06 de julio de 1976; dando cumplimiento con el numeral 11) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

8.1.3 Certificado emitido el 11 de febrero de 2021, por Grupo Ekos, mediante el cual se demuestra que la marca REAL ha ocupado la 1era posición en el Ranking de MARCAS MÁS RECORDADAS en la categoría "ATÚN" en los años 2019 y 2020; dando cumplimiento con los numerales 1) y 3) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

#### Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Código postal: 170519 / Quito-Ecuador  
Teléfono: +593-2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)



-844-  
-ALICIA  
CUBERTA Y CATA... Deben ser tenidos

8.1.4 Certificado emitido por KANTAR WORLDPANEL Ecuador KANTARECSA S.A., el 20 de febrero de 2020, sobre el estudio de mercado que mide las compras y el comportamiento del consumidor de atún en Ecuador, en el que se determina que la marca REAL es la marca No. 1 en el mercado de atún en términos de volumen y valor; dando cumplimiento con los numerales 1), 2) y 3 del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

8.1.5 Certificado emitido por KANTAR WORLDPANEL DIVISIÓN – KANTAR, el 11 de junio de 2020, que acredita que la marca REAL se encuentra en el ranking de las marcas más elegidas de FMCG (fast-moving consumer goods) y ocupa la posición 9 dentro del top 10 de las marcas más elegidas en el Ecuador; dando cumplimiento al numeral 1) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

8.1.6 Certificado elaborado por KANTAR WORLD PANEL Ecuador KANTARECSA S.A., de fecha 08 de enero de 2018, en el cual se indica lo siguiente "En base a nuestro objetivo social realizamos un estudio continuo que mide las compras y el comportamiento del consumidor, brindando conocimiento de diversas categorías y segmentos de la canasta de alimentos siendo uno de ellos el atún, con la penetración de 99.06% en las compras dentro de los hogares ecuatorianos auditados a nivel nacional (...) se encuentra la marca REAL, con una penetración del 94.4% además con una importancia del 47% en volumen y el 49% en valor, posicionándose por tanto, como la marca número 1 en el mercado de atunes en término de volumen y valor". Dando cumplimiento al numeral 1) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

8.1.7 Certificado emitido por el ingeniero Francisco Mezacuffó en calidad de Contador de la empresa NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL NIRSA S.A., en el que se indica las ventas locales de la empresa los años 2015, 2016 y 2017, y el detalle de las ventas netas de exportación en los mismos años; dando cumplimiento al numeral 5) del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

8.1.8 Certificado del Gerente Financiero de la compañía Negocios Industriales REAL NIRSA S.A., en el cual indica que la empresa es parte del Catastro de Grandes Contribuyentes del SRI, cuya actividad económica de PREPARACIÓN Y CONSERVACIÓN DE PESCADO, CRUSTACEOS; dando cumplimiento con los numerales 1) y 5) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

#### **Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Codigo postal: 170516 / Quito-Ecuador  
Teléfono: +593- 2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)



8.1.9 Fotografías de ferias, y eventos de la marca REAL en los que se destacan productos como el atún y camarón; dando cumplimiento con el numeral 3) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

8.1.10 Certificación de documentos materializados de las redes sociales INSTAGRAM y FACEBOOK de fecha 24 de febrero de 2022, en la que se aprecia publicidad de los productos encebollado de atún y atún en conserva identificados con la marca REAL, de igual forma, en las mismas se evidencia que la red social INSTAGRAM tiene un total de 22.7 k seguidores, y la red social Facebook cuenta 60.372 likes de seguidores; dando cumplimiento con los numerales 1) y 3) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

8.1.11 Copia del Informe de Investigación de Mercado, elaborado por la compañía MARDIS, respecto del producto atún y sardina a nivel nacional y su presencia en las diferentes ciudades del país, en el cual se indica *"atún en aceite girasol 180 gr. de la marca REAL es la presentación líder del mercado (...) el producto sardinas en salsa de tomate de la marca REAL de 156 y 425 gr, lideran en ventas el mercado ecuatoriano con el 32.5% y 47.7 % respectivamente"*; dando cumplimiento con los numerales 1) y 2) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

8.1.12 Publicidad de la marca REAL en los diferentes medios del país que se detallan a continuación:

-Diario El Universo, de 14 de abril de 2017 del producto atún identificado con la marca REAL.

-Publicación en la revista EKOS de mayo del 2016, en el que se destaca lo siguiente *"NIRSA cinco décadas de prospera pesca. La empresa se ha convertido en uno de los mayores referentes del sector atunero (...)"*

-Publicación en la revista ELITE BUSINESS de mayo de 2016, en la que se indica que debido a la tecnificación del proceso de empaquetado y enlatado del atún, es que NIRSA logra obtener una trazabilidad integral de sus productos, que permite su identificación desde su captura hasta su posicionamiento en los mercados.

- Publicación en la revista ECUADOR PESQUERO de fecha septiembre-noviembre 2017, cuyo título es NIRSA 60 AÑOS DE ÉXITO REAL; dando cumplimiento con los numerales 3), y 4) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

#### **Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Código postal: 170518 / Quito-Ecuador  
Teléfono: +593-2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)



-345-  
-CUMPLIMIENTO-  
CUMPLIMIENTO y cinco -Cinco- Documentos Verificados  
-322-



GUILLERMO LASSO  
PRESIDENTE

8.1.13 Certificado emitido por la empresa Creacional /AAG, de fecha 05 de enero de 2018, mediante el cual remite el monto de inversión en medios de comunicación (televisión, radio, medios impresos y OOH) de la marca REAL, correspondientes a los años 2015, 2016 y 2017; dando cumplimiento con el numeral 4) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos. Creatividad e Innovación;

8.1.14 Certificados emitidos por la Corporación Ecuatoriana de Televisión C. Ltda., y TC Televisión de fecha 18 de febrero de 2021, en las que se detalla los montos de inversión en pautas publicitarias de la marca REAL en el año 2020; dando cumplimiento con el numeral 4) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

8.1.15 Certificado emitido por la compañía PARADIS S.A., de fecha 17 de febrero de 2021, en el que se detalla el monto de inversión de la pauta digital en las plataformas Facebook e Instagram de la marca REAL, durante el periodo de enero a diciembre de 2020; dando cumplimiento con el numeral 4) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación;

8.1.16 Declaración Juramentada otorgado por el señor Eduardo Aguirre Román, Vicepresidente Ejecutivo de Negocios Industriales REAL N.I.R.S.A S.A., mediante la cual declara: "Hace más de 60 años, en 1957, el señor Julio Aguirre Iglesias, fundó la primera planta para procesar sardinas en conserva y así se creó NIRSA y la marca REAL (...) En 1968 NIRSA inicia su producción de atún bajo la marca REAL en Guayaquil (...)", que incluye los siguientes anexos

Anexo 1.- Certificación de la Superintendencia de Compañías en la que se desprende la fecha de constitución de la compañía NIRSA S.A.,

Anexo 2.- Certificado emitido por la agencia de publicidad PARADISE DDB, de los valores invertidos en los distintos productos comercializados con la marca REAL.

Anexo 3.- Certificación de la compañía KANTAR WORDLPANEL ECUADOR S.A.

Anexo 4.- Captura de imagen de la página web del Servicio de Rentas Internas en el que se aprecia el ranking de grandes contribuyentes.

Anexo 5.- Captura de pantalla de la página web de la Superintendencia de Compañías en el que se aprecia la posición de la compañía NIRSA dentro del ranking empresarial.

Anexo 6.- Detalle de las marcas registradas actualmente por la compañía Negocios Industriales REAL N.I.R.S.A S.A.

Anexo 7. Detalle de los registros de la compañía Negocios Industriales REAL N.I.R.S.A S.A., en el extranjero.

**Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Codigo postal: 170516 / Quito-Ecuador  
Telefono: +593- 2-3940 000  
www.derechosintelectuales.gob.ec



Anexo 8.- Copia de resoluciones emitidas por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial del IEPI.

Anexo 9.- Certificado emitido por el contador de la Firma Ernest & Young Ecuador E&Y CIA. LTDA., respecto de las ventas realizadas en Ecuador y en el exterior de la marca REAL,

Anexo 10.- Copias de 20 facturas de algunas de las exportaciones de la marca REAL

Anexo 11.- Respaldos de actividades publicitarias realizadas con la marca REAL en Ecuador.

### 8.2 Para la Clase Internacional No. 30:

8.2.1 Publicación del Diario El Universo, en el que se destaca los productos de REAL y su incursión con el arroz.

8.2.2 Copia de la revista HACIA LO MÁXIMO Año 2. No. 16, en la que se aprecia publicidad del producto ARROZ REAL.

8.2.3 Copia de la revista VIVE del año 2007 No. 46, en la que se visualiza publicidad de la marca ARROZ REAL.

8.2.4 Foto del evento de lanzamiento EMPANADAS Y PAN DE YUCA REAL.

8.2.5 Foto del empaque del producto fideos identificado con la marca REAL.

8.2.6 Foto del lanzamiento del producto fideo tornillo identificado con la marca REAL.

### 8.3 Para la Clase Internacional No. 32:

8.3.1 Copia de publicidad relacionada a jugos REAL NÉCTAR, en sus diferentes presentaciones;

8.3.2 Copia de la publicación en la revista MARIELA VITERI en la que se aprecia publicidad de los productos jugos y néctares REAL.

De igual forma, de la revisión del expediente se desprenden pruebas adicionales aportadas por el solicitante, sin embargo, no son específicas en relación con los otros productos, respecto de los cuales se solicita la declaratoria de notoriedad, así mismo, no

#### **Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300

Código postal: 170518 / Quito-Ecuador

Teléfono: +593-2-3940 000

www.derechosintelectuales.gob.ec



-Dina-  
-846-  
-EXHIBICIONES DOCUMENTOS  
Y SEI-  
-823-  
-Exhibiciones ventajosas

se han considerado las pruebas aportadas en copia simple dado que no cumplen con los requisitos para ser consideradas como prueba válida.

#### NOVENO. – Valoración de las Pruebas:

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."<sup>2</sup>

El artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación determina una serie de factores que, sin ser taxativos, fijan lineamientos que guían a la autoridad en el análisis de notoriedad de un signo distintivo como se aprecia a continuación:

#### 9.1.- Pruebas tendientes a demostrar el grado de su conocimiento de la marca entre los miembros del sector pertinente dentro del país<sup>3</sup>.

Respecto de este punto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina indica: "(...) para que un signo distintivo adquiera la calidad de notorio debe ser conocido por el sector pertinente; esto es, por los consumidores reales o potenciales del tipo de producto o servicio que distingue; por las personas que participan en los canales de distribución o que comercialización del tipo de producto o servicio a los que se aplique; o, los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, producto o servicio que identifica. Dado que los signos notorios deben ser conocidos en el sector pertinente, es posible que no sean identificados o distinguidos por otros sectores."<sup>4</sup>

De igual forma se refiere el tratadista Diego Chijane al indicar que las marcas notorias "(...) serían aquellas cuya implantación o conocimiento se refiere exclusivamente al público destinatario del servicio o producto distinguido, por ello estas marcas sólo reciben protección dentro de los límites del principio de especialidad. Esto es así, porque si la marca resulta reconocida en un específico sector del mercado, no tiene sentido que se le confiera una protección más allá de él"<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Tribunal Andino de Justicia, Proceso 135-IP-2014

<sup>3</sup> Numeral 1) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos Creatividad e Innovación.

<sup>4</sup> Tribunal Andino de Justicia, Proceso 20- IP-2022

<sup>5</sup> Chijane Dapkevicius Diego, DERECHO DE MARCAS, Edit. Reus, 2007 pág. 266.

#### Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Código postal: 170516, Quito-Ecuador  
Teléfono: +593-2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)



Obran en el expediente pruebas que nos permiten inferir que el conocimiento de la marca es suficiente por el sector pertinente; siendo éstas: diversos estudios de mercado y certificaciones que demuestran en el que la marca REAL para identificar atún, mariscos, conservas de pescado, y congelados de pescado, es de gran aceptación y conocimiento de los ecuatorianos, es decir de los consumidores reales de éste tipo de productos.

9.2.- Pruebas tendientes a demostrar la duración, amplitud, y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera del país y, la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera del país incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad a los que se aplique<sup>6</sup>.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado que *"la calidad de notoriedad de un signo puede variar con el tiempo, es decir, un signo que hoy se considere notoriamente conocido puede perder dicha calidad si su titular no realiza acciones conducentes a conservarla, mantener la calidad del producto o servicio, promover su difusión y publicidad, mantener o incrementar el volumen de ventas entre otros"*<sup>7</sup>

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

En la determinación de la notoriedad de una marca, la publicidad permite apreciar el esfuerzo del titular para difundir su marca, se evidencia en el expediente documentos que permiten inferir que el conocimiento de la marca REAL para los productos: atún, mariscos, conservas de pescado, y congelados de pescado, de la clase internacional 29, es suficiente por el sector relevante, tales como, certificados de inversión en publicidad, el material publicitario incorporado, fotos de ferias y eventos de lanzamiento de productos, entre otras, son pruebas de los esfuerzos realizados por la titular para dar a conocer su marca y los productos identificados con la misma.

En efecto, la difusión de la marca ha sido efectuada en diversos medios de comunicación en Ecuador, así como, lo cual resulta pertinentes para evidenciar que la marca REAL es conocida por el público consumidor.

<sup>6</sup> Numeral 2) y 3) ibídem.

<sup>7</sup> Tribunal Andino de Justicia, Proceso 20- IP-1022

#### **Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300

Código postal: 170518 / Quito-Ecuador

Teléfono: +593- 2-3940 000

www.derechosintelectuales.gob.ec



-847-  
-EXPOSICIONES  
COMARCA y SIETE- *Exposiciones certificadas*



GUILLERMO LASSO  
PRESIDENTE

9.3.- Pruebas tendientes a demostrar el valor de la inversión efectuada para promoverlo, o para promover los productos o servicios, o el establecimiento o actividad a los que se aplique<sup>8</sup>

En el análisis de notoriedad de un signo distintivo, el costo de inversión para promoverlo, permite determinar el esfuerzo del titular para difundir su marca entendiendo que una mayor inversión publicitaria, junto con otros elementos permite mayor difusión.

De las pruebas incorporadas por el solicitante se evidencia varios certificados respecto de los montos de inversión en medios de comunicación (televisión, radio, medios impresos y out of home-OOH) de la marca REAL, correspondientes a los años 2015, 2016 y 2017, y 2020, así como, los montos de inversión en pautas publicitarias en redes sociales, de la marca REAL en el año 2020.

9.4.- Pruebas tendientes a demostrar las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular<sup>9</sup>.

Los ingresos asociados a una marca son aquellos recursos que su titular percibe gracias a la explotación comercial de la misma.

Se aprecia en el expediente material probatorio que demuestra las cifras de ingresos considerables provenientes de la marca REAL, tales como, el certificado emitido por el contador de la Firma Ernest & Young Ecuador E&Y Cía. Ltda., respecto de las ventas realizadas en Ecuador y en el exterior de productos identificados con la marca REAL.

De las facturas incorporadas se aprecia que los productos con mayor venta de la marca REAL, está relacionada con la venta de atún y otros mariscos como camarón de la clase internacional No. 29, lo cual resulta oportuno para la determinación del conocimiento de la marca REAL, y su posicionamiento frente a sus competidores.

9.5.- Pruebas tendientes a demostrar la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el país<sup>10</sup>.

Se desprende del material probatorio incorporado por el solicitante, que la compañía Negocios Industriales REAL S.A., obtuvo el registro en el Ecuador de las marcas DISEÑO DE ATUN REAL Y ETIQUETA y DISEÑO DE SARDINAS REAL Y ETIQUETA el 06 de julio de 1976.

<sup>8</sup> Numeral 4) ibídem  
<sup>9</sup> Numeral 5) ibídem  
<sup>10</sup> Numeral 11) ibídem

**Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Codigo postal: 170516 / Quito-Ecuador  
Telefono: +593- 2-3940 000  
www.derechosintelectuales.gob.ec



Con lo que se demuestra la antigüedad de las marcas ATUN REAL y SARDINAS REAL, existiendo desde hace 46 años en el Ecuador.

#### 9.6.- Conclusiones respecto de la valoración de las pruebas:

9.6.1 De los argumentos y pruebas incorporadas por el solicitante se ha considerado aquellas que han permitido establecer los factores de los numerales 1), 2) 3) 4) 5) y 11) del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos Creatividad e Innovación, presupuestos que se encuentran satisfechos con los documentos aportados dentro del presente trámite para identificar los productos: atún, sardinas, camarón, conservas de pescado y congelados de pescado.

9.6.2 En cuanto a la prueba aportada dentro del expediente, para declarar la notoriedad de la marca REAL, para los productos (detallados en la solicitud, identificados con la marca REAL para la clase internacional No. 29), como: "champiñones, pavo, frutas, legumbres en conserva, secas y cocidas, maíz, durazno, mango y piña enlatados"; para la clase internacional No. 30: "arroz, salsa de tomate, empanadas, pan de yuca fideos" y, "jugos" de la clase internacional No. 32, esta Dirección considera que la misma no es suficiente para acreditar que la marca REAL a la fecha actual haya alcanzado el estatus de notoria para los dichos productos, en tal virtud, no logra cumplir con los requisitos del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

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

#### RESUELVE:

1.- DECLARAR la notoriedad de la marca "REAL", en la clase internacional No. 29, en los siguientes productos: "Atún, sardinas, camarón, conservas de pescado, y congelados de pescado"

La notoriedad actual, estará determinada por las condiciones que la motivaron, y se presumirá que subsisten por un periodo de siete años, a partir de la emisión del presente acto administrativo, de acuerdo al artículo 316 del Reglamento de la Gestión de los Conocimientos.

#### Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Código postal: 170518 / Quito-Ecuador  
Teléfono: +593- 2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)



-048-  
-025-  
-CONOCIMIENTOS  
CULTURA y CIAP-  
Ochocientos Veinticinco



GUILLERMO LASSO  
PRESIDENTE

2.- DENEGAR la notoriedad para los productos: champiñones, pavo, frutas, legumbres en conserva, secas y cocidas, maíz, durazno, mango y piña enlatados de la clase internacional No. 29; de los productos: arroz, salsa de tomate, empanadas, pan de yuca, fideos de la clase internacional No. 30; y jugos de la clase internacional No. 32.

3.- 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 Amparo Nro. SENADI-UATH-2022-02-092, de 07 de febrero de 2022.- NOTIFÍQUESE



Lucía Crisóstomo  
DIRECTORA NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Razón: En la ciudad de Quito, D.M., se procedió a notificar la providencia que antecede el día **26 OCT 2022** a las 11h00 a NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL NIRSA S.A en el casillero SENADI UIO N° 7, y/o casillero virtual Nro. 850; y mediante el correo electrónico [smandakovic@falconipuig.com](mailto:smandakovic@falconipuig.com).

En virtud de la delegación del Director de Gestión Institucional conferida mediante Resolución No. 015-2022-DGI-SENADI de 1 de julio de 2022.

Gioconda Aguilar Lozada  
Delegada Del Director de Gestión Institucional

**Servicio Nacional de Derechos Intelectuales**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro - Edificio FORUM 300  
Codigo postal: 170516 / Quito-Ecuador  
Telefono: +593-2-3940 000  
[www.derechosintelectuales.gub.ec](http://www.derechosintelectuales.gub.ec)





1000 100 00

**CERTIFICADO DE DECLARACIÓN DE NOTORIEDAD**  
**Nro. SENADI-NOT-001-TI-2022**  
**DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL**

En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución 001-2022-SENADI-DNPI-NOT, de 25 de octubre de 2022, se procede a emitir el respectivo **CERTIFICADO** que acredita la **DECLARACIÓN DE NOTORIEDAD**, correspondiente al trámite número SENADI-2022-NOT-002 iniciado el 28 de abril de 2022.

**DENOMINACIÓN:** REAL

**CLASE INTERNACIONAL:** 29

**PRODUCTOS:** Atún, sardinas, camarón, conservas de pescado y congelados de pescado.

**TITULAR:** NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL NIRSA S.A.

La notoriedad actual, estará determinada por las condiciones que la motivaron, y se presumirá que subsiste por un período de siete años, a partir de la fecha de resolución, de conformidad con el artículo 316 del Reglamento de la Gestión de los Conocimientos.

**Quito D.M., 17 de noviembre de 2022**



Firmado electrónicamente por:  
**LUCIA  
CRISTINA  
LOAIZA**

Cristina Loaiza Moreira  
**DIRECTORA NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL**