

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI

DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Resolución Nro.: 014-2025-SENADI-DNPI-NOT

TRÁMITE Nro.: SENADI-2024-NOT-004
SOLICITANTE: ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC.
SIGNO DISTINTIVO: VAN CAMP'S
NATURALEZA: DENOMINATIVO

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI. - DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL. - Quito, Distrito Metropolitano, 22 de octubre de 2025.

ANTECEDENTES

- 1 El 02 de febrero de 2024, ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC., por medio de la Abg. María Rosa Fabara Vera, en calidad de apoderada especial, presentó el Formato Único de Declaratoria de Notoriedad de Signos Distintivos, ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, mediante el cual solicitó declaratoria de notoriedad del signo distintivo "VAN CAMP'S" para identificar productos comprendidos dentro de la clase internacional Nro. 29: "carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles". Junto con el Formato Único de Declaratoria de Notoriedad se presentó un escrito de prueba con sus respectivos anexos.
- 2 El 15 de febrero de 2024, mediante providencia, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial avocó conocimiento y admitió a trámite la solicitud presentada el 02 de febrero de 2024, asignándole el número de trámite SENADI-2024-NOT-004. Adicionalmente, agregó al expediente el escrito y anexos presentados el 02 de febrero de 2024 por la Abg. María Rosa Fabara Vera, en calidad de apoderada especial de ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC.; el Formato Único de Declaratoria de Notoriedad de Signos Distintivos, presentado el 02 de febrero de 2024 por ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC.; y, se legitimó la intervención de la Abg. María Rosa Fabara Vera, en calidad de apoderada especial de ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC. dentro del presente trámite. Adicionalmente, se concedió el término de 10 días para la presentación del pago de la tasa de \$3.270,00 (TRES MIL DOSCIENTOS SETENTA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA).
- 3 El 27 de febrero de 2024, ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC. presentó un escrito dando cumplimiento a la providencia del 15 de febrero de 2024. En ese sentido, anexó el comprobante de ingreso Nro. S-1316479, así como su pago respectivo.
- 4 El 18 de julio de 2025, ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC., mediante el Dr. Oscar David Reyes Celi, presentó un escrito y anexos dentro del presente trámite.



- 5 El 24 de julio de 2025, la Dra. María Rosa Fabara Vera, en su calidad de apoderada especial de **ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC.**, aprobó y ratificó la intervención del 18 de julio de 2025, y futuras, del Dr. Oscar David Reyes Celi dentro del presente trámite. Adicionalmente, designó como abogados defensores al Abg. Pablo Gabriel Fabara Vera, Abg. Sebastián Páez, Abg. Juan Carlos Montenegro y Abg. Esteban Pérez.
- 6 Esta Dirección legitima la comparecencia del Dr. Oscar Reyes Celi, Abg. Pablo Gabriel Fabara Vera, Abg. Sebastián Páez, Abg. Juan Carlos Montenegro y Abg. Esteban Pérez. Adicionalmente, agrega al expediente los escritos y anexos presentados el 18 y 24 de julio de 2025.
- 7 Finalmente, en lo que respecta a la petición de una diligencia de inspección en las oficinas de **INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA**, esta Dirección no la considera pertinente para la determinación de la notoriedad del signo distintivo que nos ocupa, por lo que no será llevada a cabo.

NATURALEZA DE LA INFORMACIÓN CONFIDENCIAL APORTADA DENTRO DE LOS TRÁMITES DE DECLARATORIA DE NOTORIEDAD:

- 1 A efectos de lograr un entendimiento claro de este apartado, esta Autoridad advierte la necesidad de, en un primer momento, aclarar la diferencia entre los conceptos de información calificada como "reservada" e información "confidencial".
- 2 La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública se refiere a información reservada en los siguientes términos:

"Art. 15.- Información reservada. Para los efectos de la presente Ley se clasificará como información reservada, excepcionalmente, todo documento físico, magnético o de otra índole restringido al libre acceso y que corresponda a lo siguiente:

1. Planes y órdenes de defensa nacional, militar, movilización, de operaciones especiales y de bases e instalaciones militares ante posibles amenazas contra el Estado;
2. Información en el ámbito de la inteligencia, específicamente los planes, operaciones e informes de inteligencia y contrainteligencia militar, siempre que existiera conmoción nacional, declarado mediante estado de excepción por esa causa, conforme a la Constitución de la República del Ecuador;
3. La información sobre la ubicación del material bélico, cuando esta no entrañe peligro para la ciudadanía;
4. Los fondos de uso reservado exclusivamente destinados para fines de la defensa nacional;
5. Información que reciban las instituciones del Estado, expresamente con el carácter de reservado o confidencial, por otro u otros sujetos de derecho internacional, siempre que, en ponderación de los derechos fundamentales, no se sacrifique el interés público; y,
6. Información expresamente establecida como reservada en leyes orgánicas vigentes. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información."

- 3 Por su parte, La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública se refiere expresamente a la información confidencial de la siguiente manera:

"Art. 4.- Definiciones. Para la aplicación de la presente Ley, se tomarán en cuenta las siguientes definiciones: (...)



5. Información Confidencial: Información o documentación, en cualquier formato, final o preparatoria, **haya sido o no generada por el sujeto obligado**, derivada de los derechos personalísimos y fundamentales, y **requiere expresa autorización de su titular para su divulgación**, que contiene datos que al revelarse, pudiesen dañar los siguientes intereses privados: (...)

b) Los datos personales cuya difusión requiera el consentimiento de sus titulares y deberán ser tratados según lo dispuesto en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales;

c) Los intereses comerciales y económicos legítimos; y,

d) Las patentes, derechos de autor y secretos comerciales." (énfasis añadido)

4 En esta línea, la Constitución de la República del Ecuador indica:

"Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley (...)"

5 El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad E Innovación señala:

"Art. 4 núm. 2. Los derechos intelectuales son una herramienta para la adecuada gestión de los conocimientos. La adquisición y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual asegurarán un equilibrio entre titulares y usuarios (...)"

6 El Reglamento de Gestión de los Conocimientos dispone:

"Artículo 21.- Tratamiento de la información: será de acceso público la información que por mandato del ordenamiento jurídico tenga esa calidad, así como aquella que sea publicada en la Gaceta de la Propiedad Intelectual, el Registro Oficial, la contenida en las bases de datos que sean de acceso público y demás medios externos de difusión institucional, a excepción de los casos que por su naturaleza o disposición legal sean **confidenciales**." (énfasis añadido)

7 Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional:

"Art. 47.- (...) Se considerará información pública toda aquella que emane o que esté en poder de entidades del sector público o entidades privadas que, para el tema materia de la información, tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste.

No se podrá acceder a información pública que tenga el carácter de confidencial o reservada (...)"

8 La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública:

"Art. 9.-Obligaciones. Los sujetos obligados deberán promover, garantizar, transparentar y proteger el derecho de acceso a la información pública, permitir su acceso y **proteger los datos** reservados, **confidenciales** y personales que estén bajo su poder; y para ello deberán cumplir con todas las obligaciones y procedimientos establecidos en la presente Ley". (énfasis añadido)

9 De lo expuesto se razona que los documentos e información que se agregan al expediente como prueba de la notoriedad del signo que se solicita, bien podrían tener el carácter de confidencial por referirse a intereses comerciales y económicos del titular, derechos de propiedad intelectual o datos de carácter personal. En este contexto, existe una expectativa legítima por parte del titular de que esta información no sea divulgada.



- 10 Se aclara que la información y documentación en referencia no tendría el carácter de reservada sino de confidencial.
- 11 Con estos antecedentes, y por ser idóneo, necesario y proporcional conforme las razones expuestas, esta Dirección considera que toda la documentación e información aportada por el solicitante que guarde relación con su propiedad intelectual, sus intereses comerciales y económicos, y/o datos personales deberá ser tratada como información con carácter confidencial.

NATURALEZA DEL PROCEDIMIENTO DE DECLARATORIA DE NOTORIEDAD DE SIGNOS DISTINTIVOS

El artículo 463 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, respecto del procedimiento para la declaratoria de notoriedad de signos distintivos, dispone:

"Art. 463.- Procedimiento de declaratoria. - El titular del signo distintivo solicitará a la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales el reconocimiento de la notoriedad del signo distintivo.

A la solicitud deberá acompañar las pruebas que considere pertinentes para demostrar la notoriedad del mismo, conforme los factores previstos en el artículo precedente; además deberá acompañar el comprobante de pago de la tasa respectiva.

El pedido y las pruebas presentadas por la parte serán valoradas por la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales para emitir la resolución o pronunciamiento respectivo. (...)"(énfasis añadido)

- 1 El art. 316 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos dispone: *"Resolución. Verificado el cumplimiento de lo dispuesto en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y este Reglamento, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, mediante resolución motivada, declarará la notoriedad actual del signo distintivo (...)"*.
- 2 Así, se debe indicar que el procedimiento de declaratoria de notoriedad, por su naturaleza, versa sobre el reconocimiento de un hecho preexistente: la condición de notorio de un signo distintivo. Hecho que deberá ser probado por el solicitante ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales mediante documentación y pruebas necesarias que acrediten el cumplimiento de los factores generales enlistados en el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.
- 3 Además, conforme el marco normativo aplicable que ha quedado indicado, este procedimiento no contempla una fase de oposición en la que puedan comparecer terceros. Esto, toda vez que el objeto de un procedimiento de declaratoria de notoriedad, no es otro que verificar, en sede administrativa, el cumplimiento de los requisitos exigidos para que la autoridad declare la notoriedad.
- 4 Se ha de tener presente también que para que se pueda considerar a "terceros interesados" es necesario que el resultado del procedimiento tenga efectos jurídicos constitutivos para esos terceros, lo cual no ocurre en este tipo de procedimiento dada su naturaleza.



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. 322 de la Constitución de la República del Ecuador, reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley.

SEGUNDO. – 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.

TERCERO. – 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.

CUARTO. – Que, el art. 463 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación indica que, el titular del signo distintivo solicitará a la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales el reconocimiento de la notoriedad del signo distintivo, a cuya solicitud debe acompañar las pruebas que considere pertinentes para demostrar la notoriedad del mismo, conforme los factores previstos en el artículo precedente.

QUINTO. – Que, el Reglamento de Gestión de los Conocimientos, indica que, de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales podrá declarar la notoriedad actual de un signo distintivo.

SEXTO. – Validez procesal. – Esta Dirección observa que no se han producido omisiones de solemnidades sustanciales, ni vicios que puedan causar la nulidad del presente trámite, por lo que se lo declara válido.



SÉPTIMO. – Prueba de notoriedad. – Del material probatorio agregado por el solicitante se identifican las pruebas detalladas a continuación:

GRADO DE SU CONOCIMIENTO ENTRE LOS MIEMBROS DEL SECTOR PERTINENTE DENTRO DE CUALQUIER PAÍS MIEMBRO

- 7.1 Estudio de marketing elaborado por CREATIVOS POR NATURALEZA, respecto de la marca en análisis. Este documento obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.2 "Análisis de imagen e Identidad Gráfica", elaborada por la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA. Este documento obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.3 "Reconocimiento y Comparación de la Marca VAN CAMPS en redes sociales", elaborada por la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA. Este documento obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.4 Diligencia de Autenticación de Firmas Nro. 20231308006005391, del 21 de diciembre de 2023, ante el Dr. José Luis Fernando Vélez Cabezas, Notario Sexto del cantón Manta. Corresponde al certificado suscrito por José Eduardo Sarmiento Pérez, en su calidad de Director Creativo de la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA, con el que se certifica la veracidad de las pruebas referidas en los puntos 7.2 y 7.3. Este documento obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.5 Carta de Autorización, con su correspondiente anexo, emitido el 16 de julio de 2025 por KANTAR WORLDPANEL KANTARECSA S.A. Esta prueba no será tomada en cuenta al momento de resolver, toda vez que no cumple con las formalidades establecidas en la normativa procesal vigente.
- 7.6 Materialización Nro. 20251701032C00556, del 17 de julio de 2025, otorgada por la Dra. María Gabriela Cadena Loza, Notaria Trigésima Segunda del cantón Quito. Corresponde a la certificación emitida el 11 de julio de 2025, suscrita por Juan Diego Cevallos en su calidad de Socio Consultor de CONF AUDITORES, referente a las ventas generadas durante el periodo de 2022-junio de 2025. Adicionalmente corresponde a la Carta de Autorización emitida el 16 de julio de 2025 por KANTAR WORLDPANEL KANTARECSA S.A., con su correspondiente anexo, y a un certificado de ventas elaborado por CONF AUDITORES.
- 7.7 Certificado suscrito por Rolando Xavier Tinajero Oliva, en su calidad de Gerente General de ASERTIA COMERCIAL S.A., referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMPS. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.8 Certificado suscrito por Alejandro Arregín Castro, en su calidad de Gerente de Compras de TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A., referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMPS. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.9 Certificado suscrito por Bruno Francesco Sadun Rodríguez, en su calidad de Gerente de Compras de CORPORACIÓN EL ROSADO S.A., referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMPS. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.10 Certificado suscrito por David Wright Enz, en representación de CORPORACIÓN FAVORITA C.A., referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMPS. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC. Esta prueba no será tomada en cuenta al momento de resolver, toda vez que no cumple con las formalidades establecidas en la normativa procesal vigente.
- 7.11 Certificado suscrito por Patricio Pinos Novillo, en su calidad de Presidente de PYDACO CÍA. LTDA., referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMPS. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.



- 7.12 Certificado suscrito por David Cubi Viñan, en su calidad de propietario de COMERCIAL CUBI, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.13 Certificado suscrito por Onias Danian Marcillo Vera, en su calidad de propietario del local comercial HERMANAS BORBOR, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.14 Certificado suscrito por Marco Antonio Carrillo Galarza, en su calidad de propietario de COMERCIAL TERESITA, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.15 Certificado suscrito por Wilmer Eduardo Choez Reyes, en su calidad de propietario del local comercial EL NATO, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.16 Certificado suscrito por Sayda Yadira Plaza Sánchez, en su calidad de propietaria del local comercial PLAZA'S MARKETS, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.17 Certificado suscrito por Cynthia Stefania Holguín Bermeo, en su calidad de Gerente General de CONSTRUWITHE S.A., referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.18 Certificado suscrito por Jimmy Ureta, en su calidad de propietario de COMERCIAL URETA, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.19 Certificado suscrito por Emma Clorinda Apunte Aguirre, en su calidad de propietaria de SUPERMERCADO ESCOBAR, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.20 Certificado suscrito por Mercedes Verónica Ronquillo León, en su calidad de propietaria de COMERCIAL VERO, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.21 Certificado suscrito por Walter Palma, en su calidad de propietario de COMERCIAL MI COMERCIO, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.
- 7.22 Certificado suscrito por Silvio Rodrigo Narváez Romero, en su calidad de propietario de COMERCIAL NARVAEZ, referente a la comercialización de ciertos productos de la marca VAN CAMP'S. Esta prueba obra en el expediente Nro. OCDI-2023-914-AC.

DURACIÓN, AMPLITUD Y EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DE SU UTILIZACIÓN, DENTRO O FUERA DE CUALQUIER PAÍS MIEMBRO

- 7.23 Artículo titulado "¿Quiénes son los dueños de Van Camps?", publicado el 28 de diciembre de 2023 en el medio de comunicación digital KiemyKe.
- 7.24 Copia certificada del título de registro Nro. DNPI-1033-99-IEPI, del signo distintivo "VAN CAMP'S", para la clase internacional No. 29, otorgado por el IEPI el 31 de mayo de 1999, cuyo titular es ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC.



- 7.25 Certificación emitida el 14 de julio de 2025, suscrita por Pilar Eraso, en su calidad de Directora de Marketing y Publicidad, y Eduardo Sarmiento, en su calidad de Director Creativo y de Producción, ambos de la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA.
- 7.26 Materialización Nro. 20251701032C00558, del 18 de julio de 2025, otorgada por la Dra. Maria Gabriela Cadena Loza, Notaria Trigésima Segunda del cantón Quito. Corresponde al "Reporte consolidado de métricas y ranking de marcas".
- 7.27 Materialización Nro. 20251701032C00554, del 17 de julio de 2025, otorgada por la Dra. Maria Gabriela Cadena Loza, Notaria Trigésima Segunda del cantón Quito. Corresponde a la página web <https://ekosnegocios.com/revistas>.
- 7.28 Certificado de Puntos de Venta, suscrito por Jorge Iván Garzón Jiménez, en su calidad de apoderado general y Gerente de Fábrica de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, referente al total de puntos de venta a nivel nacional durante el periodo 2021-junio 2025, en base a lo reportado por DISTRIBUIDORA ROMERO REYES S.A., ASERTIA COMERCIAL S.A., GRUPO PYDACO CIA. LTDA. y DINADec S.A.
- 7.29 Certificado de Puntos de Venta, suscrito por Irene Monserrate Loor Vásquez, en su calidad de Jefe de Canal Moderno de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, referente al total de puntos de venta a nivel nacional durante el periodo 2021-junio 2025.

DURACIÓN, AMPLITUD Y EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DE SU PROMOCIÓN, 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 A LOS QUE SE APLIQUE

- 7.30 Copia del libro titulado "HISTORIA PUBLICITARIA DE MARCAS QUERIDAS Y VALORADAS POR LOS COLOMBIANOS", de autoría de José María Reventós.
- 7.31 Diligencia de Autenticación de Firmas Nro. 20231308006D05392, del 21 de diciembre de 2023, ante el Dr. José Luis Fernando Vélez Cabezas, Notario Sexto del cantón Manta. Corresponde al certificado suscrito por la María del Pilar Eraso Ortiz, en su calidad de Directora de la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA, referente a la veracidad del "INFORME DE CRECIMIENTO Y CONTENIDO DE LA MARCA VAN CAMPS".
- 7.32 Prueba referida en el punto 7.25.
- 7.33 Prueba referida en el punto 7.26.
- 7.34 Prueba referida en el punto 7.27.
- 7.35 Materialización Nro. 20251701032C00555, del 17 de julio de 2025, otorgada por la Dra. Maria Gabriela Cadena Loza, Notaria Trigésima Segunda del cantón Quito. Corresponde a páginas web oficiales, redes sociales (YouTube, Facebook, Instagram), y publicaciones en las mismas, todas correspondientes a la marca en análisis.
- 7.36 Soporte digital (CD) que contiene comerciales publicitarios de la marca.
- 7.37 Copia certificada del certificado emitido el 11 de diciembre de 2023, suscrito por Julián Peñalosa Londoño, en su calidad de Gerente de Mercadeo y Ventas de SEATECH INTERNATIONAL INC.

CIFRAS DE VENTAS Y DE INGRESOS DE LA EMPRESA TITULAR EN LO QUE RESPECTA AL SIGNO CUYA NOTORIEDAD SE ALEGA, TANTO EN EL PLANO INTERNACIONAL COMO EN EL DEL PAÍS MIEMBRO EN EL QUE SE PRETENDE LA PROTECCIÓN



7.38 Copia certificada Nro. 20231308006C02566, del 05 de diciembre de 2023, emitida por el Dr. José Luis Fernando Vélez Cabezas, Notario Sexto del cantón Manta. Esta prueba obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.

7.39 Copia certificada Nro. 20231308006C02565, del 05 de diciembre de 2023, emitida por el Dr. José Luis Fernando Vélez Cabezas, Notario Sexto del cantón Manta. Esta prueba obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.

Las copias certificadas anunciadas en los puntos 7.41 y 7.42, corresponden a 311 (trescientos once) facturas según el siguiente detalle:

EMITIDA POR	A NOMBRE DE	PERIODO DE EMISIÓN
INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA	CASA MODIGA	2020-2023
	CORPORACIÓN FAVORITA C.A.	2020-2023
	CORPORACIÓN EL ROSADO S.A.	2020-2023
	DISTRIBUIDORA ROMERO REYES S.A.	2020-2022
	PYDACO CÍA. LTDA.	2020-2023
	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS S.A.	2020 2022
	IMPORT. CAFÉ DO BRASIL S.A.	2022
	ASERTIA COMERCIAL S.A.	2022
	GERARDO ORTIZ E HIJOS	2022 2023
	IMPORT Y COMERC PINOS MONCAYO	2022 2023

7.40 Certificado de Auditoria y Control de Calidad, suscrito por Martha Viviana Solis Barzola, en su calidad de Gerente de Control de Calidad de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, referente a los códigos de identificación de ciertos productos en las facturas presentadas. Está acompañado por los siguientes documentos en calidad de anexos: (proceso OCDI-2023-914-AC)

- "FICHA TECNICA DE LOMITOS DE ATUN EN AGUA marca "VAN CAMP'S" 184 gramos".
- "FICHA TECNICA DE LOMITOS DE ATUN EN AGUA marca "VAN CAMP'S" 354 gramos".
- "FICHA TECNICA DE LOMITOS DE ATUN EN AGUA marca "VAN CAMP'S" 80 gramos pack x 6 unidades".
- "FICHA TECNICA DE LOMITOS DE ATUN EN AGUA marca "VAN CAMP'S" 160 gramos".
- "FICHA TECNICA DE LOMITOS DE ATUN EN AGUA marca "VAN CAMP'S" 140 gramos".
- "FICHA TECNICA DE LOMITOS DE ATUN EN AGUA marca "VAN CAMP'S" 80 gramos pack x 3 unidades".

Esta prueba también obra dentro del proceso de acción de cancelación Nro. OCDI-2023-914-AC.



- 7.41 Certificado de Auditoría y Control de Calidad, suscrito por Martha Viviana Solís Barzola, en su calidad de Gerente de Control de Calidad de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, referente a los códigos de identificación de ciertos productos en las facturas presentadas.
- 7.42 Certificado emitido el 11 de julio de 2025 por CONF AUDITORES, suscrito por Juan Diego Cevallos B., en su calidad de Socio Consultor. Corresponde a los montos de venta de productos identificados con el signo en análisis, dentro del período 2022-1er semestre de 2025.
- 7.43 Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades, de la compañía INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, del período fiscal 2023.
- 7.44 Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades, de la compañía INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, del período fiscal 2024. Este documento es adjuntado dos veces.
- 7.45 Copia certificada Nro. 20251308006C00898, del 14 de julio de 2025, emitida por el Dr. José Luis Fernando Vélez Cabezas, Notario Sexto del cantón Manta. Corresponde a 400 (cuatrocientas) facturas según el siguiente detalle:

EMITIDA POR	A NOMBRE DE	PERIODO DE EMISIÓN
INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA	COMERC. SALVADOR PACHECO MORA	2022
	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS S.A.	2022-2023
	PYDACO CÍA. LTDA.	2022-2025
	CORPORACIÓN FAVORITA C.A.	2022-2025
	DISOR	2022-2025
	DISTRIBUIDORA ROMERO REYES S.A.	2022-2025
	IMPORT Y COMERC. PINOS MONCAYO	2022-2025
	ASERTIA COMERCIAL S.A.	2022-2025
	GERARDO ORTIZ E HIJOS	2025

- 7.46 Certificado de Auditoría y Control de Calidad Auditoría y Control de Calidad, suscrito por la Ing. Martha Viviana Solís Barzola, en su calidad de Gerente de Control de Calidad de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, referente a los códigos de identificación de productos de la marca en análisis.
- 7.47 Certificado de Auditoría y Control de Calidad Auditoría y Control de Calidad, suscrito por la Ing. Martha Viviana Solís Barzola, en su calidad de Gerente de Control de Calidad de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, referente a los códigos de identificación de productos de la marca en análisis.

EXISTENCIA DE ACTIVIDADES SIGNIFICATIVAS DE FABRICACIÓN, COMPRAS O ALMACENAMIENTO POR EL TITULAR DEL SIGNO EN EL PAÍS MIEMBRO EN QUE SE BUSCA PROTECCIÓN



REPÚBLICA
DEL ECUADOR

Servicio Nacional de
Derechos Intelectuales

7.48 Prueba referida en el punto 7.28.

7.49 Prueba referida en el punto 7.29.

7.50 Original del certificado emitido el 08 de diciembre de 2023, suscrito por Xavier Pérez Quinteros, en su calidad de representante legal de LITOTEC S.A., referente a la fabricación de etiquetas y clústeres.

EXISTENCIA Y ANTIGÜEDAD DE CUALQUIER REGISTRO O SOLICITUD DE REGISTRO DEL SIGNO DISTINTIVO EN EL PAÍS MIEMBRO O EN EL EXTRANJERO

7.51 Copias certificadas de títulos de registro emitidos por la autoridad competente de la República del Ecuador, para productos de la clase internacional Nro. 29, y cuyo titular es ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC., según el detalle a continuación:

TÍTULO DE REGISTRO	AÑO DE CONCESIÓN
446-88	1988
448-88	1988
449-88	1988
451-88	1988
452-88	1988
453-88	1988
3291-08	2007
3292-08	2007
4778-09	2009
4779-09	2009
490-10	2009
491-10	2009
1925-10	2010
1926-10	2010
2070-10	2010
2075-10	2010
IEPL_2015_TL_002180	2015
IEPL_2016_TL_005144	2016
IEPL_2017_TL_13168	2017

OCTAVO. - Conforme el artículo 463 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, para decidir acerca de la solicitud de declaratoria de notoriedad respecto del signo "VAN CAMPS" para de la clase internacional Nro. 29 respecto de: "carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles", esta Dirección debe valorar las pruebas presentadas por el solicitante a fin de determinar si las mismas demuestran la notoriedad alegada en relación con los factores determinados en el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, en concordancia con el artículo 228 de la Decisión 486.



Este análisis se realiza en relación con los sectores pertinentes de referencia indicado por el solicitante, es decir la "consumidores finales de productos alimenticios, entre ellos el atún; distribuidores y comerciantes de alimentos, entre ellos el atún; competidores en la industria del atún y productos del mar; y, el sector gastronómico y de servicios alimentarios (cuando corresponda)".

Signo Notorio

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 las definiciones establecidas en la normativa citada, son concordantes y coincidentes entre sí, pues requieren de una marca notoria, ser conocida por el sector pertinente y haber ganado notoriedad en cualquiera de los países miembros por cualquier medio. Es así que, la calificación de notorio está conectado con el sentimiento generalizado de que algo es ampliamente conocido por un sector determinado.

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."*

Entonces, de las definiciones arriba citadas, se pueden establecer al menos, las siguientes características de una marca notoria: un importante nivel de difusión y el reconocimiento de los círculos interesados en relación con el producto o servicio al que la marca se vincula.

Sector pertinente

El artículo 230 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina dispone que se considerarán como sectores pertinentes para el propósito que nos ocupa:

"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,

¹ Concepto al que se ha referido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 175-IP-2014



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.²

Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, indicó sobre el sector pertinente:

"entendiéndose por este último no sólo a los potenciales adquirentes sino a los usuarios y otras personas que estén involucradas con los productos o servicios antes, durante o después de su venta."³

Adicionalmente, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina indica respecto de la marca notoriamente conocida y su dinámica con el sector pertinente:

"En la marca notoriamente conocida convergen su difusión entre el público consumidor del producto o servicio al que la marca se refiere proveniente del uso intensivo de la misma y su consiguiente reconocimiento dentro de los círculos interesados por la calidad de los productos o servicios que ella ampara, ya que ningún consumidor recordará ni difundirá el conocimiento de la marca cuando los productos o servicios por ella protegidos no satisfagan las necesidades del consumidor, comprador o usuario, respectivamente."⁴

Factores para determinar la notoriedad

Entonces, a fin de determinar la notoriedad del signo distintivo, reconocido así en el sector pertinente, el artículo 288 de la Decisión 486 establece una lista no taxativa de factores que guían a la autoridad competente en su análisis y en relación con la prueba presentada por el solicitante:

"Artículo 228.- Para determinar la notoriedad de un signo distintivo, se tomará en consideración entre otros, los siguientes factores:

a) el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro;

b) la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro;

c) la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, 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 a los que se aplique;

d) el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique;

² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 41-IP-98

³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 35-IP-2013



e) las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección;

f) el grado de distintividad inherente o adquirida del signo;

g) el valor contable del signo como activo empresarial;

h) el volumen de pedidos de personas interesadas en obtener una franquicia o licencia del signo en determinado territorio; o,

i) la existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el País Miembro en que se busca protección;

j) los aspectos del comercio internacional; o,

k) la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero.”

Con lo expuesto en los acápites anteriores, queda indicado que quien alega la notoriedad de un signo debe probarla, es decir, el solicitante asume la carga de la prueba, pues la notoriedad de un signo distintivo no se presume. En ese sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha desarrollado jurisprudencia conforme al siguiente criterio: *“En la concepción proteccionista de la marca notoria, ésta tiene esa clasificación para efectos de otorgarle otros derechos que no los tienen las marcas comunes, pero eso no significa que la notoriedad surja de la marca por sí sola, o que para su reconocimiento legal no tengan que probarse circunstancias que precisamente han dado a la marca ese status”*⁴

Así, es el solicitante quien debe aportar los medios probatorios conducentes, pertinentes y útiles, que demuestren la calidad de signo distintivo notorio, en concordancia con su concepción legal y los criterios ya vistos. Por lo tanto, tal como lo indica el Tribunal antes referido, *“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”*⁵.

Valoración de la prueba

Con los antecedentes expuestos, esta Dirección realiza la valoración de la prueba presentada en el expediente en relación con los factores antes indicados. Sin perjuicio de la obligación de esta Dirección de valorar toda la prueba en su conjunto, para conducir el desarrollo de este acápite de mejor manera, además de tomar en consideración la clasificación hecha por el solicitante, se hará alusión a las pruebas aportadas en función del factor que tienen la capacidad de demostrar.

- 1 Pruebas tendientes a demostrar el **“grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro”**

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 10/ IP-2015

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 14/3-IP-2015



Respecto de este asunto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha indicado: *“(...) 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 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.”*⁶

Por su parte, José Manuel Magaña Rufino (2020, 198) indica que “La notoriedad de una marca en el tráfico económico supone necesariamente el efectivo conocimiento de la misma en el sector destinatario del producto o servicio (público consumidor, competidores y canales de distribución).”⁷

En primer lugar, el solicitante presentó un estudio de marketing elaborado por la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA, en el que se exponen los reconocimientos obtenidos por la marca VAN CAMPS, las métricas alcanzadas en redes sociales y página web oficial de la marca. En suma, a partir del mismo queda demostrado que se llevó a cabo la promoción del signo distintivo en redes sociales, con un alcance relevante y con la efectividad que permitió que, durante el periodo de 2020-2023 obtengan reconocimientos por su estrategia publicitaria. La prueba da cuenta de un alcance a millones de personas principalmente ubicadas en Ecuador, así como también en países como Estados Unidos, España, Colombia y Venezuela. Sin perjuicio de que los resultados reportados en el estudio de marketing serán desarrollados a detalle en el tercer factor de la presente resolución, vale mencionar que el alto alcance numérico de la difusión del signo distintivo en el Ecuador a través de medios digitales, y su amplitud geográfica, se traduce en un mayor grado de conocimiento de la marca, que se verifica a través de la prueba expuesta a continuación.

Adicionalmente, el solicitante aporta un estudio de mercado realizado por KANTAR WORLD PANEL KANTARECSA S.A. Éste se llevó a cabo en 3000 (tres mil) hogares ubicados en Santo Domingo, Manta, Portoviejo, Guayaquil, Cuenca y Quito. Como resultado, se obtuvieron los valores que se resumen a continuación en términos de *Share Volumen*⁸ y *Share Valor*⁹:

PERIODO	SHARE VOLUMEN (en millones de kg)	SHARE VALOR (en millones de USD)
2021	28	28
2022	25	26
2023	22	23
2024	21	23
Junio de 2025	20	22

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 20-IP-2022

⁷ José Manuel Magaña Rufino, “Protección de las marcas notorias y renombradas o famosas en la Comunidad Andina de Naciones (CAN)”, *Boletín mexicano de derecho comparado* 53, 157 (2020): 198, <https://doi.org/10.22201/ij.24484877e.2020.157.15729>.

⁸ Proporción de una marca sobre el total del mercado de atún en conservas de Ecuador en volumen. Karla Bolaños Flor, “Inmersión al mercado de conservas de Ecuador”.

⁹ Proporción de una marca sobre el total del mercado de atún en conservas de Ecuador en valor. Karla Bolaños Flor, “Inmersión al mercado de conservas de Ecuador”.



En base a lo indicado en el documento, y tomando en consideración los valores de *Share Volumen* y *Share Valor* expuestos, esta Dirección nota que VAN CAMP'S es la segunda marca con mayor nivel de consumo a nivel nacional para el segmento pertinente, mismo que se ve reflejado en los kilogramos de atún comercializados en el país y en los ingresos generados. Estos valores demuestran el alto nivel de preferencia por parte de los consumidores en comparación con otras marcas competidoras.

Un indicador adicional del grado de conocimiento del signo distintivo entre los consumidores son los valores reportados en el apartado de "Penetración % de las marcas en el mercado Ecuatoriano"¹⁰. En este contexto, durante el periodo de 2021-junio de 2025, entre el 69-79% de encuestados manifestaron haber adquirido y consumido, por lo menos una vez, productos identificados en el mercado con el signo distintivo en análisis. En definitiva, los valores reportados en este medio probatorio demuestran objetivamente un alto grado de conocimiento del signo distintivo entre los consumidores de atún a nivel nacional.

Por su parte, en lo que respecta a comercializadores de productos identificados en el mercado con la marca "VAN CAMP'S", el solicitante presenta certificados emitidos por las siguientes personas jurídicas: ASERTIA COMERCIAL S.A., TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A., CORPORACIÓN EL ROSADO S.A., PYDACO CIA. LTDA., COMERCIAL CUBI, HERMANAS BORBOR, COMERCIAL TERESITA, EL ÑATO, PLAZA'S MARKET'S, CONSTRUWITHE S.A., COMERCIAL URETA, SUPERMERCADO ESCOBAR, COMERCIAL VERO, COMERCIAL MI COMERCIO y COMERCIAL NARVAEZ.

En ellos, se indica haber comercializado atún enlatado de la marca VAN CAMP'S por cierto número de años, que van desde los 2 (dos), hasta los 19 (diecinueve). En este punto vale recalcar, por ejemplo, la comercialización llevada a cabo por compañías como CORPORACIÓN EL ROSADO S.A. y TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A., ya que su presencia nacional mediante establecimientos comerciales implica que los consumidores reales o potenciales del atún enlatado han estado expuestos y en contacto con la marca en análisis prolongadamente.

Esta exposición constante a la marca se ve reflejada, por ejemplo, en los resultados obtenidos en el estudio de mercado elaborado por KANTAR WORLDPANEL KANTARECSA S.A., ya que se aprecian altos índices de reconocimiento y preferencia de compra sobre la marca que nos ocupa. Adicionalmente, los certificados dan indicios del conocimiento y familiarización con la marca por parte de los comercializadores de atún enlatado identificado con el signo distintivo en análisis.

Dado que se demostró un alto índice de conocimiento de la marca por parte de los consumidores y comercializadores de atún en conservas a nivel nacional, esta Dirección considera demostrado el presente factor.

2 Pruebas tendientes a demostrar la "duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro"

Respecto de este criterio es importante recalcar que, *"para poder determinar la notoriedad de un signo distintivo, es preciso que se haya difundido dentro de un territorio y durante un tiempo determinado, toda*

¹⁰ Presencia de las marcas en los hogares ecuatorianos de al menos una, en el periodo de tiempo de recolección. Karla Bolaños Flor, "Inmersión al mercado de conservas de Ecuador".



*vez que la única manera de lograr la notoriedad de un signo distintivo es por medio de su difusión y reconocimiento (...)*¹⁸

Dentro de este factor, el solicitante presenta varios medios de prueba a partir de los cuales demuestra que el signo distintivo en cuestión ha sido utilizado dentro del territorio nacional.

En primer lugar, el solicitante presenta un documento titulado "Reporte consolidado de métricas y ranking de marcas" elaborado por CREATIVOS POR NATURALEZA, cuyo contenido está avalado por su respectivo certificado. Este reporte da cuentas de la difusión del signo distintivo durante el periodo de 2021-2025 a través de Facebook, Instagram y la página web oficial de la marca, con lo cual se infiere la utilización del signo distintivo durante ese periodo de tiempo.

Adicionalmente, en el mismo reporte se mencionan rankings en varias ediciones de la revista EKOS en los que sale la marca VAN CAMP'S, dentro de la categoría de atún, quedando siempre en el primer o segundo lugar con respecto a sus competidores directos. Finalmente, en este documento se hace referencia a los reconocimientos otorgados por el GRUPO EKOS: "EKOS POWER DIGITAL BRANDS 2022", "EKOS POWER DIGITAL BRANDS 2023" y "EKOS POWER DIGITAL BRANDS 2025" por la destacada presencia de la marca en Facebook e Instagram.

Por su lado, en el certificado de puntos de venta emitido por Jorge Garzón Jiménez, se indica el número de puntos de venta a nivel nacional durante el periodo de 2021-junio de 2025 a través de los cuales se comercializaron productos de la marca VAN CAMP'S. En ese sentido, entre PYDACO Cía. LTDA., DINADEC S.A., ASERTIA COMERCIAL S.A. y DISTRIBUIDORA ROMERO REYES S.A., certificó que en el 2021 existían de 45.669 (CUARENTA Y CINCO MIL SEISCIENTOS SESENTA Y NUEVE) puntos de venta, número que ascendió a 75.997 (SETENTA Y CINCO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y SIETE) para el 2024, y a 53.203 (CINCUENTA Y TRES MIL DOSCIENTOS TRES) para el primer semestre de 2025.

Adicionalmente, en el certificado de puntos de venta emitido por Irene Monserrate Loor Vásquez, indica los puntos de venta que poseen las siguientes compañías, pronunciándose exclusivamente sobre ciertos establecimientos comerciales en el caso de las dos primeras a mencionar: 181 (CIENTO OCHENTA Y UN) la CORPORACIÓN FAVORITA C.A.; 165 (CIENTO SESENTA Y CINCO) la CORPORACIÓN EL ROSADO S.A.; y, 672 (SEISCIENTOS SETENTA Y DOS) entre TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS S.A., CORAL y SANTA MARÍA.

Debido a que los certificados de puntos de venta hacen referencia a sociedades que cuentan con establecimientos a nivel nacional, esta Dirección puede concluir que se utiliza el signo distintivo en una extensión territorial a nivel nacional importante.

Finalmente, el solicitante presentó como prueba el título de registro Nro. DNPI-1033-99-IEPI, mismo que corresponde al signo distintivo sobre el cual se pretende la declaratoria de notoriedad mediante el presente trámite. Tomando en consideración que ha sido mantenido en vigencia por casi treinta años, se evidencia su uso sostenido en el Ecuador durante ese periodo, lo cual a su vez es un factor determinante en el posicionamiento de la marca en el mercado.

¹⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 1-IP-2000.

A partir de las pruebas aportadas por el solicitante, esta Dirección determina que se ha demostrada la utilización del signo distintivo en la extensión del territorio nacional por aproximadamente 30 años,

- 3 Pruebas tendientes a demostrar la **"duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, 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 a los que se aplique"**

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha indicado 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"*.¹⁰

En este factor vale desarrollar aquellas pruebas aportadas que demuestran efectivamente que el solicitante llevó a cabo esfuerzos por promocionar el signo distintivo en análisis.

En primer lugar, el solicitante presentó el certificado suscrito por María del Pilar Eraso Ortiz, en su calidad de Directora de la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA. A través del mismo, certifica que la información contenida en el estudio de marketing al que se hizo referencia en el primer factor de la presente resolución es verídica, y que se refiere a la marca VAN CAMP'S en sus diferentes presentaciones.

En lo que respecta al estudio de marketing mencionado, este da cuenta de que, los reconocimientos obtenidos son en virtud de la efectividad de la promoción de la marca a través de redes sociales. En este contexto, en el 2021 el Observatorio Ciudadano de la Comunicación otorgó el "PREMIO EQUIDAD" por la publicidad en redes sociales de la "Campaña Atún de Van Camps", ya que quedó en el primer lugar en el Foro Generación de Igualdad. Por otro lado, en el 2022 la marca recibió por parte del GRUPO EKOS el primer lugar en la categoría de EKOS POWER DIGITAL BRANDS ECUADOR, por su gestión y presencia en Facebook. En la misma categoría, en el 2023, obtuvo el primer lugar por su presencia en Instagram. Esto constituye un indicador de que se llevaron a cabo actividades significativas para la promoción de la marca a través de redes sociales.

En base a este estudio de marketing, sumado al documento titulado "Reconocimiento y Comparación de la marca VAN CAMP'S en redes sociales", en lo referente a las métricas reportadas en términos de alcance, interacciones y seguidores en Facebook, Instagram, YouTube y la página web oficial de la marca, se reportan los siguientes datos significativos de alcance dentro del periodo 2020-2023:

- **Facebook:** En 2021, se tuvo un alcance de 1.832.770, y 8.161.054 de impresiones¹¹. En 2023, alcanzó los 712.000 seguidores. Las impresiones en publicaciones entre 2020-2023, oscilaban entre los 94.000 y 205.000, y gran parte de la audiencia era de Ecuador, puntualmente de Guayaquil y Quito. Adicionalmente, supera en seguidores a otras marcas dentro del mismo sector pertinente.

¹⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 20-IP-2022.

¹¹ Frecuencia con la que se muestra su anuncio, CREATIVOS POR NATURALEZA, Estudio de marketing.



- **Instagram:** En 2022, se tuvo un alcance de 8.748.910, y 12.227.696 impresiones. En 2023, alcanzó los 44.600 seguidores. Las impresiones en publicaciones entre 2021-2023, oscilaban entre los 11.000 y 15.000; y en cuanto a los reels publicados en 2022 y 2023, el alcance estuvo entre 9.000 y 30.000. Adicionalmente, gran parte de la audiencia era de Ecuador, y puntualmente de Guayaquil y Quito.
Además, supera en seguidores a otras marcas dentro del mismo sector pertinente.
- **Página web oficial:** En 2021, se tuvo 65.940 clics totales, y 1.348.241 de impresiones.
- **YouTube:** Llegó a tener 2.53 mil suscriptores.

Esto implica que se llevó a cabo la promoción del signo distintivo en redes sociales de manera que, durante el periodo de 2020-2023 resultó en un alcance a millones de personas en Ecuador, así como también mínimamente en países como Estados Unidos de América, España, Colombia y Venezuela.

En adición a la información certificada ya mencionada, el solicitante presentó un documento titulado "Reporte consolidado de métricas y ranking de marcas", cuyo contenido es certificado por Pilar Eraso, en su calidad de Directora de Marketing y Publicidad, y Eduardo Sarmiento, en su calidad de Director Creativo y de Producción, ambos de la agencia CREATIVOS POR NATURALEZA. De dicho documento, las cifras más relevantes dentro del periodo de 2021-2025 que demuestran las actividades promocionales con respecto a la marca y el alcance de las mismas son las siguientes:

- **Redes sociales (Facebook e Instagram) y página web oficial:** Los seguidores de la marca se duplicaron a lo largo de cinco años, superando los 60.000 (SESENTA MIL) en 2025, y sobrepasando significativamente a marcas competidoras.
En términos de alcance²⁵, para julio de 2025 en Facebook llegó a 22.930 (VEINTIDOS MIL NOVECIENTOS TREINTA) personas, y en Instagram a 32.270 (TREINTA Y DOS MIL DOSCIENTOS SETENTA). En cuanto a las visitas, para el mismo periodo, se reporta haber llegado a las 123.210 en la página web oficial de la marca.
- **Rankings en ediciones de la revista EKOS:** Respecto de aquellos rankings que se refieren a la marca en sí, se reporta lo siguiente:
 - En el ranking de la edición Nro. 312, en 2020, la marca en análisis fue la segunda más recordada, dentro de la categoría de "atún (enlatado)".
 - En el ranking de la edición Nro. 314, en 2020, la marca en análisis fue la segunda más recordada, dentro de la categoría de "atún".
 - En el ranking de la edición Nro. 323, en 2021, la marca en análisis fue la segunda más recordada, dentro de la categoría de "atún".
 - En el ranking de la edición Nro. 339, en 2022, la marca en análisis fue la primera con mayor presencia y posicionamiento en Facebook, y la segunda en Instagram, dentro de la categoría de "atún". Este particular coincide con el premio otorgado por GRUPO EKOS, denominado "EKOS POWER DIGITAL BRANDS 2022".
 - En el ranking de la edición Nro. 351, en 2023, la marca en análisis fue una de las marcas más elegidas a nivel nacional.

²⁵ Número de personas únicas que vieron el contenido. CREATIVOS POR NATURALEZA, Reporte consolidado de métricas y ranking de marcas.

- En el ranking de la edición Nro. 353, en 2023, la marca en análisis fue la primera con mayor presencia y posicionamiento en Instagram, y la segunda en Facebook, dentro de la categoría de "atún". Este particular coincide con el premio otorgado por GRUPO EKOS, denominado "EKOS POWER DIGITAL BRANDS 2023".
- En 2025, la marca recibió un premio otorgado por GRUPO EKOS, denominado "EKOS POWER DIGITAL BRANDS 2025", por su sólida presencia en Instagram.

Evidentemente, lo expuesto es el resultado de una efectiva promoción de la marca a nivel nacional durante cinco años, ya que el hecho de ser una marca recordada implica que se dio conocer dentro de su sector pertinente de manera efectiva, debido a que a lo largo de los años se mantuvo entre las primeras marcas asociadas con el atún enlatado. Adicionalmente, los reconocimientos en 2022, 2023 y 2025 por parte del GRUPO EKOS justamente demuestran que hubo una estrategia sólida para la promoción del signo distintivo mediante el uso de las redes sociales.

Siguiendo la misma línea de las redes sociales, el solicitante también adjunta una materialización de los perfiles oficiales de la marca y ciertas publicaciones, a partir de la cual, se visualiza:

- **YouTube:** Cuenta con 3.86 mil suscriptores.
- **Facebook:** Cuenta con 771.000 (SETECIENTOS SETENTA Y UN MIL) seguidores y Me gusta.
- **Instagram:** Cuenta con 64.7 mil seguidores.
- **Página web de Colombia y Ecuador:** Se visualiza información respecto de la marca y los productos identificados con ésta. Conocemos el alcance de la página web en base a los estudios de marketing ya expuestos.

Además de la gestión de redes sociales para la promoción del signo distintivo, en relación con los certificados de puntos de venta, vale mencionar que éstos constituyen medios a través de los cuales ha sido posible poner en contacto al consumidor con la marca en análisis, a escala nacional.

Finalmente, obra en el expediente un certificado emitido por SEATECH INTERNATIONAL INC., mediante el cual indican que, en Colombia, durante el periodo de 2017-2023 se promocionó la marca VAN CAMPS a través de medios como Facebook, Instagram, TikTok, página web, el canal de televisión Caracol, la revista Analdex, y catálogos promocionales.

En virtud de que se ha demostrado la promoción del signo distintivo, tanto en territorio nacional, como en Colombia, a través de medios con amplio alcance geográfico, esta Dirección considera demostrado el presente factor.

- 4 Pruebas tendientes a demostrar las "cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección"

El tratadista Jorge Otamendi explica: *"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*²⁵ En ese sentido, los ingresos obtenidos por la explotación comercial de productos identificados con una marca devienen de la aceptación que tenga el producto en el mercado, y es un indicador del grado de conocimiento del signo entre el sector pertinente.

El solicitante presenta como prueba dentro de este factor un certificado de auditoría externa, suscrito por Juan Diego Cevallos, en su calidad de Socio Consultor de CONF AUDITORES, mediante el cual indica los ingresos percibidos por la compañía INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA en razón de la venta del producto identificado con el signo distintivo en análisis, durante 2022-junio de 2025. Es así que, dicho documento indica que fueron generados alrededor de \$200.000.000,00 (DOS CIENTOS MILLONES DE DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA con 00/100) en ventas. Para sustentar lo anterior, Juan Diego Cevallos hace referencia a Declaraciones de Impuesto a la Renta Sociedades, de la compañía INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, de los periodos fiscales 2023 y 2024, y facturas correspondientes a los años 2022-junio 2025.

Al grupo de facturas indicadas, se añade otro correspondiente a los años 2020 y 2021. A partir de todas en su conjunto, se verifica que, a lo largo de cinco años y medio, las personas jurídicas enlistadas a continuación adquirieron productos de la marca en análisis: CASA MODIGA, CORPORACIÓN FAVORITA C.A., CORPORACIÓN EL ROSADO S.A., DISTRIBUIDORA ROMERO REYES S.A., PYDACO CÍA. LTDA., TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS S.A., IMPORT. CAFÉ DO BRASIL S.A., ASERTIA COMERCIAL S.A., GERARDO ORTIZ E HIJOS, IMPORT Y COMERC PINOS MONCAYO, COMERC. SALVADOR PACHECO MORA y DISOR.

En este contexto, vale hacer referencia a los certificados de auditoría y control de calidad, con sus anexos, ya que en éstos, Martha Viviana Solís Barzola, en su calidad de Gerente de Control de Calidad de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, certificó ciertos códigos numéricos como los correspondientes al enlatado de la marca VAN CAMP'S, en diferentes presentaciones. En base a los códigos, esta Dirección pudo verificar que las facturas presentadas, en su gran mayoría, reflejaban la venta de ese producto a las personas jurídicas indicadas en el párrafo previo.

En virtud de lo expuesto, se considera demostrado el presente factor.

5 Pruebas tendientes a demostrar los "existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el país miembro en que se busca protección"

Con la finalidad de demostrar el presente factor, el solicitante presenta los certificados de puntos de venta suscritos por Jorge Iván Garzón Jiménez, en su calidad de apoderado general y Gerente de Fábrica de INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA, y, por Irene Monserrate Looz Vásquez, en su calidad de Jefe de Canal Moderno de la misma compañía.

El certificado emitido por Jorge Garzón, evidencia que dentro del periodo de 2021-junio de 2025, entre PYDACO CÍA. LTDA., DINADEC S.A., ASERTIA COMERCIAL S.A. y DISTRIBUIDORA ROMERO REYES S.A., suman más de 300.000 (TRESCIENTOS MIL) puntos de venta a nivel nacional. Por su parte, Irene Monserrate Looz Vásquez certificó que entre AKÍ, SUPERMAXI, MEGAMAXI, TITÁN, MINIS, MI COMISARIATO, TÍA, CORAL y SANTA MARÍA,

²⁵ Otamendi, Jorge, Derecho de Marcas, Buenos Aires, Abeledo Perrot, 2002, 4a. ed.



existen 672 (SEISCIENTOS SETENTA Y DOS) puntos de venta en total. Estos certificados, así como las facturas presentadas por el solicitante, y los certificados de auditoría y control de calidad, evidencian la compra de productos identificados con la marca en análisis por parte de compañías como CORPORACIÓN FAVORITA C.A., CORPORACIÓN EL ROSADO S.A., y TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS S.A. a lo largo de los años, con lo cual se deduce una alta capacidad de abastecimiento para la comercialización de atún enlatado en el Ecuador.

Adicionalmente, en este factor vale hacer alusión al certificado emitido por Xavier Pérez Quinteros, en su calidad de representante legal de LITOTEC S.A., compañía ecuatoriana. En éste, indica que, durante el periodo de agosto de 2020 a diciembre de 2023, LITOTEC S.A. fabricó ininterrumpidamente más de 79.800.000 (SETENTA Y NUEVE MILLONES OCHOCIENTOS MIL) etiquetas y clústeres para atún enlatado de la marca VAN CAMPS, con la finalidad de que sea comercializado en Ecuador. Es así que, este certificado evidencia indirectamente altos volúmenes producción y comercialización de atún enlatado.

En razón de haberse probado actividades que implican la fabricación de volúmenes altos de atún enlatado identificado con la marca en análisis, se considera demostrado el presente factor.

6 Pruebas 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"

Para demostrar el presente factor, el solicitante anunció y presentó 19 (diecinueve) títulos de registro del signo distintivo VAN CAMPS, de naturaleza mixta, detallados en el numeral 7.51 de la presente resolución. De todos ellos, 11 (once) están actualmente vigentes, algunos habiendo sido renovados desde 1988, lo cual denota que se han ejecutado acciones direccionadas a mantener la continuidad de la protección legal de los signos distintivos por casi cuarenta años, cuyo componente denominativo está compuesta parcialmente, por el signo en análisis.

En este punto vale hacer alusión también al título de registro DNPI-1033-99-IEPI, ya que en éste puntualmente se basa la petición de la declaratoria de notoriedad dentro del presente trámite. Dicho título de registro cuenta con casi treinta años de vigencia en territorio nacional, con lo cual queda demostrada su antigüedad significativa.

Los registros marcarios aportados evidencian la protección prolongada e ininterrumpida del signo distintivo en el Ecuador, por lo cual se considera demostrado el presente factor.

Conclusiones respecto de la valoración de la prueba

Con lo expuesto, se llega a la conclusión de que, el solicitante ha podido demostrar, en relación con el sector pertinente de los consumidores reales o potenciales del tipo de producto protegido por la marca, varios factores determinados en el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación respecto del signo distintivo "VAN CAMPS", para la clase internacional No. 29, exclusivamente respecto del producto "pescado". Me refiero de forma específica a los factores de los numerales 1, 2, 3, 5, 9 y 11.

Con este alcance, esta Dirección puede determinar que, las características del signo notoriamente conocido se han cumplido y que, la marca "VAN CAMPS" reúne las condiciones para poder calificarse de notoria.

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

RESUELVE:

- 1 **DECLARAR** la notoriedad del signo distintivo "VAN CAMPS" solicitada por ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC., en la clase internacional Nro. 29, para el producto: "pescado".

La notoriedad actual está 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 con el artículo 316 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos.

- 2 **DENEGAR** la notoriedad del signo distintivo "VAN CAMPS" solicitada por ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC., en la clase internacional Nro. 29, para los productos: "carne, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles".
- 3 **ORDENAR** la emisión del respectivo Certificado de Declaratoria de Notoriedad.
- 4 **ORDENAR** la emisión de la versión pública de la presente resolución preservando la información de carácter confidencial.

El presente acto administrativo es susceptible 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.

El presente acto se emite en virtud de la Acción de Personal Nro. SENADI-DATII-2024-10-263, de 30 de octubre de 2024. - NOTIFÍQUESE. -



María Carolina Sacoto Romo

DIRECTORA NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Razón: En la ciudad de Quito, D.M., se procedió a notificar la resolución que antecede el día 22 de octubre de 2025; a las 13h00 a ANDEAN TRADING INTERNATIONAL INC. en el casillero virtual Nro. 1751.

En virtud de la delegación conferida mediante Resolución Nro. 040-2024-DG-SENADI, de 10 de diciembre de 2024. Certifico. -



Camila Estévez Granda

DELEGADA PARA LAS ATRIBUCIONES DE LA GESTIÓN DE DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO

