

ÓRGANO COLEGIADO DE DERECHOS INTELECTUALES

Trámite No. SENADI-2022-NOT-003
RECURSO DE APELACIÓN
SIGNO: STIHL
ANDREAS STIHL AG & CO. KG

Resolución No. OCDI-2025-731

En la ciudad de Quito, D.M., a los 19 días del mes de agosto de 2025, de conformidad con las Resoluciones Nos. 039-2024-DG-SENADI de 04 de diciembre de 2024, 003-2025-DG-SENADI de 20 de enero de 2025 y 005-2025-DG-SENADI de 01 de abril de 2025; y, los Acuerdos Nos. SENESCYT-2022-002 de 11 de enero de 2022, SENESCYT-SENESCYT-2024-007-AC de 05 de abril de 2024 y SENESCYT-SENESCYT-2025-0021-AC de 31 de marzo de 2025, por medio de los cuales la Directora General del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y el Secretario de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, respectivamente, designaron a los miembros principales del Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales y, en virtud de las actas de sorteo correspondientes según las cuales se conformó el presente Tribunal para el conocimiento y resolución de este procedimiento administrativo y se designó como miembro principal sustanciadora del mismo a quien en tal calidad suscribe, en el recurso de apelación interpuesto por ANDREAS STIHL AG & CO. KG., en contra de la Resolución No. 002-2022-SENADI-DNPI-NOT emitida el 14 de noviembre de 2022 y notificada el 17 del mismo mes y año, por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial dentro del trámite de declaratoria de notoriedad de la marca denominativa STIHL, solicitud No. SENADI-2022-NOT-003, del 28 de abril de 2022; siendo el momento procesal oportuno, el presente Tribunal:

VISTOS:

1. El 28 de abril de 2022, ANDREAS STIHL AG & CO. KG., solicitó la declaratoria de notoriedad de la marca denominativa STIHL, título No. 612 de 08 de mayo de 1978, vigente hasta el 08 de mayo de 2033 y, otros registros, IEPL_2018_TL_2993, 3918, SENADI_2022_TL_11645, que protegen productos dentro de la clase internacional No. 07, para lo cual adjuntó el material probatorio correspondiente. Al trámite se le asignó el No. SENADI-2022-NOT-003. (Fs. 01 - 511).

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 1 de 21



2. Concluido el trámite respectivo, mediante Resolución No. 002-2022-SENADI-DNPI-NOT emitida el 14 de noviembre de 2022, notificada el 17 del mismo mes y año, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, con base en la valoración del material probatorio aportado por la solicitante, **negó** la declaratoria de notoriedad de la marca **STIHL** propiedad de **ANDREAS STIHL AG. & CO. KG.** (Fs. 520-526).
3. El 30 de noviembre de 2022, **ANDREAS STIHL AG. & CO. KG.** presentó recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el numeral anterior. (Fs. 530-772).
4. Mediante providencia emitida el 21 de junio de 2023, notificada el 22 del mismo mes y año, el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales: 1) avocó conocimiento del recurso de apelación presentado el 14 de noviembre de 2022, 2) lo admitió a trámite y 3) dispuso el paso de autos para resolver. (Fs. 762).

Con tales antecedentes, para resolver, este Tribunal, en ejercicio de sus facultades legales, **CONSIDERA:**

PRIMERO: COMPETENCIA.- Este Tribunal es competente para conocer el presente procedimiento administrativo de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación; el Reglamento General al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, emitido mediante Decreto Ejecutivo No. 1435, publicado en el Suplemento No. 9 del Registro Oficial del 7 de junio de 2017, artículo 2 numeral 6; Reglamento de Gestión de los Conocimientos, emitido mediante Acuerdo No. SENESCYT-2020-077 del 17 de noviembre de 2020 artículos 7, 488 numeral 1 y 496 último inciso; y, el Decreto Ejecutivo 356 que crea el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, publicado en el Suplemento No. 224 al Registro Oficial de 18 de abril del 2018, artículo 7.

SEGUNDO: VALIDEZ PROCESAL. - De la revisión del expediente, este Tribunal observa que no existen nulidades procesales que vicien lo actuado y, por lo tanto, se declara la validez del procedimiento.

TERCERO: ARGUMENTOS DE LAS PARTES. - Con ocasión del recurso de apelación presentado, es obligación de este Tribunal analizar los presupuestos fácticos del procedimiento administrativo así como pronunciarse sobre las alegaciones vertidas por la recurrente y los argumentos esgrimidos en el acto impugnado con la finalidad de formar su propia voluntad administrativa.

Así, identificó los principales argumentos de la resolución que se impugna y de la recurrente:

Trámite: SENADI-2022-NOT-003

Página 2 de 21

3.1. En la Resolución No. 002-2022-SENADI-DNPI-NOT emitida el 14 de noviembre de 2022, notificada el 17 del mismo mes y año, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial consideró principalmente lo siguiente:

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

SÉPTIMO. - Que, el artículo 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 las literales anteriores.

OCTAVO. - Prueba de la Notoriedad: Del material probatorio agregado por el solicitante se ha realizado un desglose de las pruebas en las cuales fundamenta la notoriedad de la marca STIHL, que se detallan a continuación:

(...)

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'. (...)

El estudio de mercado incorporado como prueba no es relevante para determinar que la marca es conocida por el sector pertinente; este estudio hace referencia a la asociación de los colores como principal atributo para identificar la marca STIHL (...)

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 3 de 21



Se desprende en el expediente material probatorio como materializaciones de páginas web de varios centros ferreteros que venden productos identificados con la marca STIHL, así como, catálogos de productos de la marca antes indicada, los cuales si bien son pruebas para demostrar que la marca STIHL se encuentra comercializada en el Ecuador no llegan a ser determinantes, ni suficientes para demostrar la notoriedad del signo STIHL en el sector pertinente.

En ese sentido, esta Dirección considera que no se ha dado cumplimiento con el numeral 1) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. (...)

Los documentos denominados: 'Informe de publicidad STIHL - Ecuador 2018' (...) no se ajustan a la normativa vigente por no cumplir con los requisitos de las firmas electrónicas.

Adicionalmente, se evidencia que las fotos incorporadas por el solicitante en los 'informes' señalados anteriormente, no pormenorizan el lugar ni fecha con la cual, no se puede determinar la duración, amplitud y extensión geográfica del uso de la marca STIHL, dentro o fuera del país, ni la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción.

En virtud de lo expuesto, esta Dirección considera que no se ha dado cumplimiento con el numeral 2) y 3) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. (...)

Obran en el expediente copias simples de las facturas incorporadas por el solicitante, las cuales al no contar con los requisitos de validez no pueden ser consideradas en el presente trámite. (...)

Por tal motivo, esta Dirección considera que no se ha dado cumplimiento con el numeral 2) y 3) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

De igual forma, en el material probatorio incorporado no se evidencia contratos de distribución o algún documento que demuestre la relación comercial entre ANDREAS STIHL AG & CO. KG y la compañía GUTIERRES NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA, por lo que, al no contar con documentos que sustente su relación comercial, no serán considerados para resolver.

Por tal motivo, esta Dirección considera que no se ha dado cumplimiento con el numeral 5) del artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. (...)

9.8 Conclusiones respecto de la valoración de las pruebas:

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 4 de 21



9.8.1 El solicitante con el material probatorio incorporados no ha demostrado que la marca **STIHL** sea conocida por el sector pertinentes de los productos que identifica.

9.8.2 Las pruebas incorporados por el solicitante no cumplen con los factores determinados en el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*

3.2. ANDREAS STIHL AG & CO. KG, en su recurso de apelación argumentó principalmente lo siguiente:

- Incorrecta valoración de las pruebas aportadas en el proceso. La Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DNPI) no analizó con detenimiento los detalles de las pruebas aportadas.
- Los productos de marca **STIHL** se encuentran en varios centros ferreteros del país por lo que no es correcto el análisis de la DNPI en relación a que no es suficiente para demostrar el grado de reconocimiento de la marca.
- Los informes de publicidad demuestran plenamente la duración, amplitud y extensión geográfica de la utilización y promoción de la marca **STIHL** en Ecuador.
- Se adjunta nueva evidencia probatoria que ratifica la notoriedad de la marca **STIHL**.
- No tiene asidero solicitar un contrato de distribución cuando consta en el expediente las declaraciones de los distribuidores y de su inversión en la publicidad de la marca **STIHL**.
- Se adjunta nuevo material probatorio sobre la relación comercial de los distribuidores de la marca **STIHL**.

CUARTO: ANÁLISIS. – Toda vez que el recurso de apelación es un mecanismo que permite a los administrados acudir ante la máxima autoridad – u órgano competente – de la entidad que emitió el acto administrativo de su interés, para impugnar aquellas decisiones con las que se encuentran en desacuerdo, es obligación de este Tribunal delimitar su análisis a los aspectos efectivamente recurridos y alegados por la parte dado que, en todo aquello respecto de lo cual esta no manifieste inconformidad, se entiende como una decisión de instancia anterior aceptada, reconocida y acatada por esta.

En tal virtud, le corresponde al presente Tribunal, en ejercicio de sus facultades, realizar el análisis de notoriedad de la marca denominativa **STIHL** a fin de determinar si los fundamentos del recurso de apelación *-legítimamente interpuesto-* tienen asidero jurídico *-o no-* y si el referido signo distintivo es notorio *-o no-*; para lo cual, esta autoridad realiza las siguientes precisiones:

4.1. Preeminencia del ordenamiento jurídico comunitario.– A fin de delimitar el esquema normativo aplicable, este Tribunal considera necesario empezar por recordar la jerarquía normativa establecida en el artículo 425 de la Constitución de la República del Ecuador:

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 5 de 21

Art. 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos. En caso de conflicto entre normas de distinta jerarquía, la Corte Constitucional, las juezas y jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, lo resolverán mediante la aplicación de la norma jerárquica superior. La jerarquía normativa considerará, en la que corresponda, el principio de competencia, en especial la titularidad de las competencias exclusivas de los gobiernos autónomos descentralizados.

Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, (en adelante, el **TJCA**), ha establecido lo siguiente:

7.2. Por el principio de preeminencia (denominada también de primacía o de prevalencia), la normativa comunitaria prevalece sobre las normas internas o nacionales (incluyendo las normas constitucionales) de cada uno de los Países Miembros de la Comunidad Andina Como consecuencia de ello, en los casos de incompatibilidad entre una norma comunitaria y una norma nacional, se deberá preferir la primera. Cabe indicar que ello no implica que la norma nacional es derogada, sino que debe ser inaplicada por el País Miembro que corresponda

1.3. Este Tribunal ha resaltado la importancia del principio de preeminencia de la normativa comunitaria, en los siguientes términos:

«El derecho de la integración, como tal, no puede existir si no se acepta el principio de su primacía o prevalencia sobre los derechos nacionales o internos de los Países Miembros. En los asuntos cuya regulación corresponde al derecho comunitario, según las normas fundamentales o básicas del ordenamiento integracionista, se produce automáticamente un desplazamiento de la competencia, la que pasa del legislador nacional al comunitario. La Comunidad organizada invade u ocupa, por así decirlo, el terreno legislativo nacional, por razón de la materia, desplazando de este modo al derecho interno...»

1.4. En efecto, si no existiera la primacía de la norma comunitaria andina por sobre la norma nacional no existiría el proceso de integración andino. La existencia de un proceso de integración parte de la premisa de reconocer la cesión de soberanía de los Países Miembros hacia el proceso

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 6 de 21



*de integración y de aceptar la existencia de normas supranacionales y obligaciones que vinculan a los Países Miembros.*¹*

Conforme la normativa indicada, en el presente caso, este Tribunal fundamentará su análisis a partir de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, (en adelante, la **Decisión 486**), que contempla el Régimen Común sobre Propiedad Industrial; siguiendo con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, (en adelante, el **COESCCI**) *-en lo que fuere concordante y/o complementario con la antedicha norma andina jerárquicamente prevalente-* y, posteriormente, en el Reglamento de Gestión de los Conocimientos, (en adelante, el **RGC**) *-en lo que fuere concordante y/o complementario con las antedichas normas jerárquicamente prevalentes-*.

4.2. Signos distintivos notoriamente conocidos. -

4.2.1. En el presente trámite, el punto focal de análisis consiste en determinar si la marca denominativa **STIHL** es - o no- un signo notoriamente conocido. Por consiguiente, este Tribunal, considera necesario referirse en primer lugar sobre los parámetros normativos de dicha figura previstos en la normativa andina y nacional vigente:

Decisión 486: *"Art. 224.- 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.*

Art. 225.-Un signo distintivo notoriamente conocido será protegido contra su uso y registro no autorizado conforme a este título, sin perjuicio de las demás disposiciones de esta decisión que fuesen aplicables y de las normas para la protección contra la competencia desleal del País Miembro.

(...)

Art. 229.-No se negará la calidad de notorio a un signo por el solo hecho que:

- a)** No esté registrado o en trámite de registro en el País Miembro o en el extranjero;
- b)** No haya sido usado o no se esté usando para distinguir productos o servicios, o para identificar actividades o establecimientos en el País Miembro; o,

¹ Interpretación prejudicial emitida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina el 07 de diciembre de 2021 dentro del proceso No. 259-IP-2021.

c) No sea notoriamente conocido en el extranjero.

Art. 230.- Se considerarán como sectores pertinentes de referencia para determinar la notoriedad de un signo distintivo, entre otros, los siguientes:

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

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

COESCCI:

***Art. 459.-Definición.** - 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.

(...)

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 respectiva. (...)

RGC:

***Art. 312.-Solicitud de declaratoria de notoriedad.** 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.

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 8 de 21

Art. 313.-Petitorio de declaratoria de notoriedad. La solicitud de declaratoria de notoriedad actual se presentará ante el órgano competente en materia de propiedad industrial, en los formularios que se establezcan para el efecto, y deberá contener:

1. El petitorio, que comprenderá lo siguiente:

- a)** Solicitud de reconocimiento de la notoriedad del signo;
- b)** El número de certificado de registro o la copia certificada del título de registro en el extranjero, de ser el caso;
- c)** La naturaleza del signo distintivo;
- d)** El o los países o territorios en los que se considera que el signo es notoriamente conocido, debidamente detallados e individualizados;
- e)** El o los productos, servicios o actividades respecto de los cuales se considera que el signo es notoriamente conocido, debidamente detallados e individualizados;
- f)** El período de tiempo que cubran las pruebas adjuntas determinadas en el numeral tres del presente artículo;
- g)** Nombre, identificación, nacionalidad, dirección de domicilio y datos de contacto del solicitante. Cuando este fuese una persona jurídica, deberá indicarse el lugar de constitución;
- h)** De ser el caso, identificación del representante legal o apoderado;
- i)** Dirección de domicilio, y datos de contacto del representante legal o apoderado;
- j)** Indicación del sector o sectores pertinentes de relevancia conforme al artículo 462 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación; y
- k)** Casilla o dirección de correo electrónico para notificaciones.

2. El documento que acredite el pago de la tasa;

3. 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; y,

4. Documento que acredite la representación legal o poder, de ser el caso.

Art. 314.-Del examen de forma. El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales examinará, dentro del término de quince días contados a partir de la fecha de presentación de la

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 9 de 21



*solicitud, si la misma cumple con los requisitos de forma previstos en el artículo 311 de este Reglamento.**

Sobre la base de lo enunciado, queda claro que un signo distintivo, adquiere la calidad de notorio en la medida en que sea ampliamente conocido por el sector pertinente del mercado y cuente con notoriedad en cualquier País Miembro de la Comunidad Andina, indistintamente del medio a través del cual la hubiere obtenido.

Al respecto, el TJCA ha determinado lo siguiente:

3.5. *De conformidad con lo establecido en el Artículo 224 de la Decisión 486, la marca notoria es conocida por el sector pertinente: esta es, por los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique; las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o, los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique. Dado que las marcas notorias son conocidas en el sector pertinente, pudieran no tener una gran presencia en otros sectores.*

3.6. (...) *La marca notoria regulada en la Decisión 486, a la que podemos llamar marca notoria andina, es aquella que es notoria en cualquier país miembro de la Comunidad Andina, e independientemente de si su titular es nacional o extranjero. Basta que sea notoria en un país miembro para que reciba una protección especial en los otros tres países miembros. (...)*

3.7. *La marca notoria regulada en la Decisión 486 y la marca renombrada rompen los principios de territorialidad, principio registral y uso real y efectivo, por lo que esta clase de marcas obtienen protección en un país miembro de la Comunidad Andina así no estén registradas ni sean usadas en ese país miembro. Ambas también rompen el principio de especialidad, pero no con el mismo alcance.*

(...)

3.9. *La marca notoria regulada en la Decisión 486 rompe el principio de especialidad en forma relativa, de modo que es protegida respecto de:*

- a) productos o servicios idénticos, similares y aquellos con los que existe conexión competitiva;*
- b) aquellos productos o servicios diferentes que se encuentran dentro del sector pertinente; y,*
- c) cualquier tipo de producto o servicio cuyo uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o asociación con el titular de la marca notoria o sus*

Trámite: SENADI-2022-NOT-003

Página 10 de 21

productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo notorio; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario.

3.10. (...) La notoriedad debe probarse por quien la alegue de conformidad con lo establecido en el Artículo 228 de la Decisión 486. (...)»²

En virtud de lo enunciado, queda claro que la notoriedad de un signo conlleva un nivel de reconocimiento y aceptación por parte del público consumidor que va más allá del que pueden tener otros signos comunes dentro del mercado, lo cual, le concede a la marca notoria un *status superior*. Sin embargo, tal reconocimiento no se da por sí solo sino que debe ser probado por quien alega dicha notoriedad para que la autoridad competente así lo reconozca,

4.2.2. Prueba de notoriedad marcaria. – Dentro del análisis de notoriedad del signo denominativo **STIHL**, es importante tener en cuenta lo establecido por el **TJCA** con relación a necesidad probatoria de la notoriedad marcaria:

*“3.15. La notoriedad es un hecho que debe ser probado por quien lo alega a través de prueba hábil ante el Juez o la Oficina Nacional Competente, según sea el caso.
(...)”*

3.18. El estatus de notorio puede variar con el tiempo, es decir, un signo que hoy se reputa notoriamente conocido puede perder dicho estatus si su titular no realiza acciones conducentes a conservarlo: calidad, difusión, volumen de ventas, publicidad, entre otros. En este orden de ideas, para probar la notoriedad no basta con esgrimir un acto administrativo o judicial donde se haya reconocido dicha condición, sino que se deben presentar todos los medios de prueba pertinentes para demostrar el carácter de notorio caso a caso. Esto quiere decir que la notoriedad reconocida por la autoridad administrativa o judicial es válida para dicho caso particular.”³

En tal virtud, este Tribunal, debe valorar las pruebas incorporadas al expediente tendientes a demostrar que la marca denominativa **STIHL**, es ampliamente conocida por el sector pertinente del mercado y/o notorio en cualquier País Miembro de la Comunidad Andina, indistintamente del medio a través del cual hubiere alcanzado dicha condición.

² Interpretación prejudicial emitida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina el 21 de junio de 2021, dentro del proceso No. 50-IP-2021.

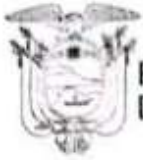
³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Interpretación Prejudicial emitida el 21 de junio de 2021 dentro del Proceso N°52-IP-2021.

En consecuencia, este Tribunal, debe tener en cuenta lo previsto en el artículo 228 de la Decisión 486 con relación a los factores a considerarse para determinar la notoriedad de un signo distintivo *numerus apertus*:

Art. 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;
- 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;
- 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. "

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 12 de 21



Por consiguiente, este Tribunal, en observancia de los principios y reglas para la valoración probatoria consagrados en la legislación nacional, debe pronunciarse respecto a la validez⁴, oportunidad⁵, utilidad⁶ conducencia y pertinencia⁷, de cada uno de los medios probatorios aportados al expediente para demostrar la notoriedad de la marca denominativa **STIHL**, por lo cual se procede a examinar la siguiente documentación identificada en el expediente:

- 1) Copia certificada de la Declaración Juramentada presentada por el vicepresidente Ejecutivo Legal y de Propiedad Intelectual de **ANDREAS STIHL AG & CO. KG**. (Fs. 09-21):

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez. Esta prueba corresponde a una declaración de parte relacionada la historia de la empresa titular de la marca **STIHL**, así como, una declaración de todos los registros que ostenta a nivel mundial, los volúmenes de venta en el mundo y declaraciones sobre inversiones en publicidad. Al respecto, esta autoridad considera que las declaraciones de parte deben ser valoradas en conjunto con los demás elementos probatorios adjuntos al expediente dado que, la parte, nunca declarará algo que le perjudique sino que, únicamente, lo que le beneficie como titular marcario. En este sentido, se analizarán los demás elementos probatorios adjuntos al expediente ya que, la declaración por sí sola, no demuestra como tal la notoriedad de la marca denominativa **STIHL**, lo que da lugar a su complementariedad probatoria que depende de otras pruebas que demuestren el reconocimiento marcario necesario para que el signo sea declarado como notorio.

⁴ **Código Orgánico General de Procesos:** "Art. 194.- Presentación de documentos. Los documentos públicos o privados se presentarán en originales o en copias. Se considerarán copias las reproducciones del original, debidamente certificadas que se realicen por cualquier sistema."

⁵ **Código Orgánico Administrativo:** "Art. 194.-Oportunidad. La prueba será aportada por la persona interesada en su primera comparecencia al procedimiento administrativo. La prueba, o la que sea imposible tener acceso, deberá ser anunciada y aquella que no se anuncie no podrá introducirse en el periodo de prueba previsto en la norma de la materia o en su defecta, cuando las administraciones públicas lo fijen."

⁶ **Ibidem:** "Art. 193.-Finalidad de la prueba. En el procedimiento administrativo, cuando se requiera la práctica de prueba para la acreditación de los hechos alegados, se aplicará las disposiciones de este capítulo. A falta de previsión expresa, se aplicará de manera supletoria el régimen común en esta materia."

Código Orgánico General de Procesos: "Art. 158.-Finalidad de la prueba. La prueba tiene por finalidad llevar a la o al juzgador al convencimiento de los hechos y circunstancias controvertidos."; "Art. 160.-Admisibilidad de la prueba. Para ser admitida, la prueba debe reunir los requisitos de pertinencia, utilidad, conducencia y se practicará según la ley, con lealtad y veracidad. La o el juzgador dirigirá el debate probatorio con imparcialidad y estará orientado a esclarecer la verdad procesal."

⁷ **Ibidem:** "Art. 161.- Conducencia y pertinencia de la prueba. La conducencia de la prueba consiste en la aptitud del contenido intrínseco y particular para demostrar los hechos que se alegan en cada caso. La prueba deberá referirse directa o indirectamente a los hechos o circunstancias controvertidos."

Trámite: SENADI-2022-NOT-003

Página 13 de 21

- 2) Informe de gestión anual y revisión anual del año 2019 de la empresa **ANDREAS STIHL AG & CO. KG**. (Fs. 24-42). Y su versión en inglés (Fs. 43-81):

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez. Esta prueba corresponde un documento denominado reporte anual del año 2019, que contiene información sobre la facturación del Grupo **STIHL**, inversiones en Alemania y en otros países, crecimiento en mercados emergentes, nuevos productos de batería y gasolina, novedades sobre los procesos de producción, balance al 31 de diciembre de 2019 (Del Grupo consolidado) y otros suplementos a los estados financieros.

- 3) Copia simple del documento denominado Convención Nacional 2020. (Fs. 85-127):

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples a color de información comercial, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

- 4) Facturas de importación del titular marcarío relacionado con maquinaria **STIHL**. (Fs. 130-135).

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples de facturas de importación, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

- 5) Informe de publicidad **STIHL** - Ecuador 2018. (Fs. 136-174).

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, no se encuentra suscrito por ninguna persona responsable del contenido e información que obra en el referido informe. Es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples de un informe que no tiene firma de responsabilidad sobre su contenido, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

- 6) Facturas de importación del titular marcarío relacionado con maquinaria **STIHL**. (Fs. 176-181).

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 14 de 21



Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples de facturas de importación, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

7) Informe de publicidad STIHL – Ecuador 2017. (Fs. 182-221).

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, no se encuentra suscrito por ninguna persona responsable del contenido e información que obra en el referido informe. Es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples de un informe que no tiene firma de responsabilidad sobre su contenido, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

8) Facturas de importación del titular marcarío relacionado con maquinaria STIHL (Fs. 223-226).

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples de facturas de importación, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

9) Informe de publicidad STIHL – Ecuador 2016. (Fs. 227-267).

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, no se encuentra suscrito por ninguna persona responsable del contenido e información que obra en el referido informe. Es decir, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos, ya que corresponde a impresiones simples de un informe que no tiene firma de responsabilidad sobre su contenido, por lo que no podrá ser valorado como prueba para determinar la notoriedad del signo.

10) Listado de marcas registradas STIHL a nivel mundial (Fs. 269-303) y copias simples de los registros de marcas a nivel mundial (Fs. 304-377)

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos no cuentan con las formalidades necesarias para su validez, de acuerdo a lo que dispone el artículo 194 del Código Orgánico General de Procesos. Sin embargo, este Tribunal considerará los registros contenidos

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 15 de 21

en el Estado, con el fin de verificar la antigüedad de la marca **STHL**, a nivel mundial, como uno de los parámetros que se deberán analizar para determinar su notoriedad. Sin embargo, esta prueba por sí sola, no demuestra como tal la notoriedad de la marca denominativa **STHL**, lo que da lugar a su complementariedad probatoria que depende de otras pruebas que demuestren el reconocimiento marcario necesario para que el signo sea declarado notorio.

- 70) Oficio No. DTB/SNSF-143-2020, de 14 de diciembre de 2020, a través del cual el representante legal de SUTIERRE NAVAS DA, LTDA, informa sobre el gasto que ha realizado por concepto de publicidad en la marca **STHL**, y que afirma se encuentran en sus libros contables. Además, adjunta documento identificado como Informe de Publicidad **STHL**, del año 2017, 2018 y 2019, con fotografías de evidencias publicitarias. (Fs. 374-387)
- 72) Materialización de páginas web Revista Ekos con información contable de Gutiérrez Navas Su Ferrerera Da, Ltda., Wikipedia con información sobre la marca **STHL**, página web de la marca **STHL**. (Fs. 391-397)
- 73) Materialización de páginas web ecuatorianas relacionadas a información de productos identificados con la marca **STHL**. (Fs. 398-402)
- 74) Catálogos de productos **STHL**. (Fs. 403-407)
- 75) Informe de resultados de Estudio de Mercado sobre los elementos diferenciales de la marca **STHL**, en el segmento de maquinaria agrícola, forestal y jardinería. (Fs. 442-505)

PRUEBA NUEVA APORTADA EN EL RECURSO DE APELACIÓN:

- 1) Informe de publicidad **STHL** - Ecuador 2016. (Fs. 553-595).

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez, en virtud de que se encuentra el original del informe debidamente suscrito por el representante legal de la compañía INPEI S.C.S. Esta prueba corresponde un documento que contiene información sobre la publicidad que ha invertido la compañía SUTIERRE NAVAS SU FERRETERA DA, LTDA, en productos de las marcas **STHL**. En el informe se concluye que en el año 2016 se ha invertido USD 194.242,24 dólares de los Estados Unidos de América, en publicidad de la marca **STHL**.

- 2) Informe de publicidad **STHL** - Ecuador 2017. (Fs. 596-607).

Tarifa: 22943-202-407-001
Página 8 de 22



Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez, en virtud de que se encuentra el original del Informe debidamente suscrito por el representante legal de la compañía INMEQ S.C.C. Esta prueba corresponde un documento que contiene información sobre la publicidad que ha invertido la compañía GUTIERREZ NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA., en productos de las marcas **STIHL**. En el informe se concluye que en el año 2018 (SIC) se ha invertido US\$ 283.430,87 dólares de los Estados Unidos de América, en publicidad de la marca **STIHL**. Además, incluye un cuadro de detalle anual de inversión en publicidad de la marca **STIHL** desde el año 2014 al año 2018.

3) Informe de publicidad STIHL - Ecuador 2018. (Fs. 638-678).

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez, en virtud de que se encuentra el original del Informe debidamente suscrito por el representante legal de la compañía INMEQ S.C.C. Esta prueba corresponde un documento que contiene información sobre la publicidad que ha invertido la compañía GUTIERREZ NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA., en productos de las marcas **STIHL**. En el informe se concluye que en el año 2018 se ha invertido US\$ 397.849,23 dólares de los Estados Unidos de América, en publicidad de la marca **STIHL**.

4) Copias certificadas de Facturas del año 2016, 2017 y 2018 relacionadas a GUTIERREZ NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA., correspondientes a productos de la marca STIHL. (Fs. 681-745).

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez, en virtud de que se encuentra en copias certificadas. Esta prueba corresponde a facturas de publicidad emitidas a favor de GUTIERREZ NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA., que sustentan los informes detallados en numerales anteriores.

5) Copias certificadas de Facturas de importación a productos de la marca STIHL. (Fs. 747-756).

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez, en virtud de que se encuentra en copias certificadas. Dichas facturas demuestran la importación de productos de la marca **STIHL**, por parte de la empresa INMEQ S.C.C. Adicionalmente, se acompaña una copia certificada de la Certificación emitida por el titular marcarío en relación a que la compañía INMEQ S.C.C., con su representante legal GUSTAVO GUTIÉRREZ NAVAS es importador de los equipos **STIHL** por más de 40 años en el Ecuador.

- 6) Copias certificadas del Contrato de Distribución suscrito entre las empresas INMEO S.C.C. y GUTIERREZ NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA., en el año 2011, relacionado a la distribución de productos de ferretería. (Fs. 760-767).

Examinado el documento, este Tribunal encuentra que el mismo cuenta con las formalidades necesarias para su validez, en virtud de que se encuentra en copias certificadas. El referido instrumento justifica la distribución de los productos **STIHL** por parte de la empresa GUTIERREZ NAVAS SU FERRETERIA CIA. LTDA.

- 7) Copias simples de los registros marcarios del signo **STIHL**. (Fs. 769-772).

Conforme lo dispone la Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos, al ser información que reposa en la institución se tomará en cuenta. Dicha evidencia demuestra la existencia de registros marcarios correspondientes a la marca denominativa y mixta **STIHL** y contiene información relevante con relación a dicha marca, como: su objeto de protección (**C.I. 07**), su fecha de registro - 21 de marzo de 1978- y vigencia -hasta el 08 de mayo de 2033-; datos que, acorde a lo previsto en el literal k) del artículo 228 de la **Decisión 486** antes enunciado, coadyuvan a que el presente Tribunal pueda tomar en cuenta la existencia y antigüedad de la marca **STIHL** en Ecuador, misma que corresponde a 47 años aproximadamente; sin embargo, esta prueba no demuestra como tal la notoriedad de la marca denominativa **STIHL**, lo que da lugar a su complementariedad probatoria que depende de otras pruebas que demuestren el reconocimiento marcario necesario para que el signo sea declarado notorio.

De la revisión del material probatorio, este Tribunal considera lo siguiente:

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

Vistas las pruebas e información contenida en el informe de resultados del Estudio de Mercado sobre los elementos diferenciales de la marca **STIHL** en el segmento de maquinaria agrícola, forestal y jardinería y de las inversiones realizadas en temas de publicidad, esta Autoridad ha podido verificar que el público consumidor del sector pertinente en el Ecuador, tiene un alto grado de conocimiento de la marca **STIHL**, en relación a productos de la clase internacional No. 07.

- b) La duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro y duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera de cualquier

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 18 de 21



Pais 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

Sobre la duración del signo distintivo, esta Autoridad puede verificar en los elementos probatorios revisados, que el primer registro de la marca **STIHL** data del año **1978**, con sus registros del mismo signo en años posteriores.

Por otra parte, de las pruebas revisadas, se ha logrado demostrar que desde el año 2016 se ha utilizado y promocionado en eventos y con inversiones publicitarias, a nivel nacional, la marca **STIHL** para identificar productos de la clase internacional No. 07.

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

En relación a la inversión realizada en publicidad, de las pruebas aportadas dentro del expediente, se ha podido verificar que desde el año 2014 hasta el año 2018, se ha justificado la inversión de US\$ 1'294.110,92, en eventos y material publicitario para el posicionamiento de la marca **STIHL** en el Ecuador.

- d) 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. Valor del signo como activo empresarial.

En relación a los montos de ventas de la empresa titular del signo distintivo **STIHL**, se ha podido identificar del material probatorio, que a nivel internacional mantiene una ganancia para el año 2019 de 3,932,486 euros.

Sobre las cifras en el Ecuador, para el año 2018 se logró demostrar la importación de US\$ 366.752,94; en 2017 el valor de US\$ 410.791,33; en 2016 el valor de US\$ 228.457,60. Es decir, en los 3 años mencionados se importaron bienes por un valor superior al millón de dólares.

Con todo lo analizado dentro del presente acto administrativo, esta Autoridad puede concluir que el solicitante ha logrado demostrar que, en relación a su sector pertinente de consumidores, tanto reales como potenciales relacionados a los productos de la clase internacional No. 7 protegidos por la marca **STIHL** y, considerando los factores determinados en el artículo 460 del **COESCCI**, el referido signo distintivo ha adquirido el status de signo notoriamente conocido.

QUINTO: En virtud del análisis realizado a lo largo de la presente resolución y con base en la valoración probatoria efectuada, este Tribunal concluye que la marca denominativa **STIHL** perteneciente a **ANDREAS**

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 19 de 21



STIHL AG & CO. KG., cumple con los requisitos necesarios para ostentar la calidad de notoria en el Ecuador, al haberse demostrado su reconocimiento por el sector pertinente del mercado ecuatoriano.

Por todo lo expuesto, tomando en cuenta todas las consideraciones de hecho y de derecho realizadas a lo largo de la presente resolución, este Tribunal, en ejercicio de sus facultades legales,

RESUELVE:

1. **DECLARAR** la notoriedad del signo distintivo **STIHL** solicitada por **ANDREAS STIHL AG & CO. KG.**, para los siguientes productos de la clase internacional No. 07: *"Motosierras; podadoras de pértiga accionadas por motor; sierras eléctricas de desbroce de madera inferior; desbrozadoras y recortadoras eléctricas; cortadoras de césped motorizadas; cortasetos accionados por motor; barrenas de tierra accionadas por motor; pulverizadores eléctricos para uso agrícola y forestal; rociadores eléctricos para uso agrícola y forestal; sopladores eléctricos; trituradoras de vacío; cultivadores; máquinas y aparatos eléctricos de uso agrícola y forestal; maquinaria de cosecha; equipo de cosecha [máquinas]; afiladores para cadenas de sierra; aparato de limado para cadenas de sierra; kits de mantenimiento mecánico para cadenas de sierra y barras guía, máquinas de corte; carro para máquinas cortadoras; limpiadores de alta presión; dispositivos de limpieza; barredoras; bombas de agua; generadores; máquinas de perforación; equipos de jardinería [máquinas]; máquinas para cortar hormigón y piedra [máquinas]; aparatos de limpieza por aspiración con piezas; máquinas y aparatos agrícolas, de jardinería, forestales y de construcción portátiles, eléctricos y de gasolina; trituradoras y astilladoras; motoazadas [máquinas]; arados; cortadoras de césped [máquinas]; segadoras frontales; cortadoras de césped con asiento; trituradoras; escarificadores de césped; cortacéspedes robotizadas con accesorios y piezas de recambio; todos los productos mencionados con sus partes, repuestas y accesorios; sistemas de energía solar [generadores]."*

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 de la presente resolución, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 316 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos.

2. **Ordenar** a la Dirección Nacional de Propiedad Industrial la emisión del respectivo Certificado de Declaratoria de Notoriedad.
3. **Devolver** el expediente a la Dirección Nacional de Propiedad Industrial para los efectos legales pertinentes, una vez que esta resolución cause estado.

El presente acto administrativo causa estado en la vía administrativa y es susceptible de impugnación de conformidad con el artículo 597 del Código de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e

Trámite: SENADI-2022-NOT-003

Página 20 de 21



REPÚBLICA
DEL ECUADOR

Servicio Nacional de
Derechos Intelectuales

Innovación; en concordancia con el artículo 218 del Código Orgánico Administrativo; y, de conformidad con el artículo 306 del Código Orgánico General de Procesos, mediante acción subjetiva o de plena jurisdicción, en el término de 90 días. **NOTIFIQUESE. -**



Abg. Sofia Camacho Oña
MIEMBRO PRINCIPAL SUSTANCIADORA



Dr. Gonzalo Vaca Duelas
MIEMBRO PRINCIPAL



Abg. Luis E. Caguana Mejia
MIEMBRO PRINCIPAL

En Quito, D.M., el 20 de agosto de 2025, notifiqué la Resolución que antecede a **ANDREAS STIHL AG & CO. KG** en la casilla física **SENADI-UIO No. 07**, en la casilla **VIRTUAL SENADI No. 851**, en el correo electrónico: imantilla@falcomipug.com. **CERTIFICO.-**



Abg. Alejandra Beltrán Román
SECRETARIA RELATORA

Trámite: SENADI-2022-NOT-003
Página 21 de 21

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro – Edificio FORUM 3000 Código postal: 170518 / Quito – Ecuador

Teléfono: +593-2 354 0000

EL NUEVO
ECUADOR

3

3



REPÚBLICA DEL ECUADOR

CERTIFICADO DE DECLARATORIA DE NOTORIEDAD

SENADI-NOT-001-TI-2026

DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución OCDI-2025-731 del 19 de agosto de 2025, se procede a emitir el respectivo CERTIFICADO que acredita la DECLARATORIA DE NOTORIEDAD, correspondiente al trámite número SENADI-2022-NOT-003 iniciado el 28 de abril de 2022.

Signo Distintivo: "STIHL"

Naturaleza: Denominativo

Clase internacional: 07

Producto: "motosierras; podadoras de pértiga accionadas por motor; sierras eléctricas de desbrace de madera inferior; desbrozadoras y recortadoras eléctricas; cortadoras de césped motorizadas; cortasetos accionadas por motor; barrenas de tierra accionadas por motor; pulverizadores eléctricos para uso agrícola y forestal; rociadores eléctricos para uso agrícola y forestal; sopladores eléctricos; trituradoras de vacío; cultivadores; máquinas y aparatos eléctricos de uso agrícola y forestal; maquinaria de cosecha; equipo de cosecha [máquinas]; afiladores para cadenas de sierra; aparato de limado para cadenas de sierra; kits de mantenimiento mecánico para cadenas de sierra y barras guía, máquinas de corte; carro para máquinas cortadoras; limpiadores de alta presión; dispositivos de limpieza; barredoras; bombas de agua; generadores; máquinas de perforación; equipos de jardinería [máquinas]; máquinas para cortar hormigón y



Servicio Nacional de
Derechos Intelectuales

REPÚBLICA DEL ECUADOR

piedra [maquinas]; aparatos de limpieza por | aspiración con piezas; máquinas y aparatos agrícolas, de jardinería, forestales y de construcción portátiles, eléctricos y de gasolina; trituradoras y astilladoras; motoazadas [máquinas]; arados; cortadoras de césped [máquinas]; segadoras frontales; cortadoras de césped con asiento; trituradoras; escarificadores de césped; cortacéspedes robotizados con accesorios y piezas de recambio; todos los productos mencionados con sus partes, repuestos y accesorios; sistemas de energía solar [generadores]."

Titular: ANDREAS STIHL AG & CO. KG.

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

Quito, D.M. 26 de febrero de 2026



Andrea Muñoz
Directora Nacional de Propiedad Industrial

EL NUEVO
ECUADOR