

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES – SENADI
DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
Resolución Nro. 014-2026-SENADI-DNPI-NOT

TRÁMITE NÚMERO: SENADI-2025-NOT-013
SOLICITANTE: LA FABRIL S.A.
SIGNO DISTINTIVO: GIRASOL
NATURALEZA: DENOMINATIVO

**SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES – SENADI. –
DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL. –** Quito, Distrito
Metropolitano, 31 de julio de 2026.

ANTECEDENTES:

- 1 El 17 de noviembre de 2025, LA FABRIL S.A., por medio sus apoderados, Pedro Manuel Córdova B. y María José Peñaherrera, presentó ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales el Formato Único de Declaratoria de Notoriedad de Signos Distintivos, mediante el cual solicitó el reconocimiento de notoriedad del signo “GIRASOL” para identificar “*Aceite y grasas comestibles.*”, productos comprendidos en la clase internacional Nro. 29 de la Clasificación Internacional de Niza. Junto con la solicitud se presentó un escrito de prueba con sus respectivos anexos.
- 2 El 04 de diciembre del 2025, mediante providencia, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial avocó conocimiento, asignándole el número de tramite No. SENADI-2025-NOT-013, y solicitó a LA FABRIL S.A. previo a admitir a trámite, complete y/o aclare la solicitud.
- 3 El 18 de diciembre de 2025, LA FABRIL S.A. por medio su apoderada especial María José Peñaherrera, presentó un escrito dando cumplimiento a la providencia del 04 de diciembre del 2025.

- 4 Mediante providencia de 31 de diciembre del 2025, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, avocó conocimiento de la solicitud de declaratoria de notoriedad, y, una vez, verificado el cumplimiento de los requisitos de forma establecidos en el artículo 313 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos, admitió a trámite dicha solicitud.
- 5 El 06 de abril del 2026, LA FABRIL S.A. por medio su apoderada especial María José Peñaherrera, presentó un escrito mediante el cual puso en conocimiento de esta Autoridad material probatorio adicional y solicitó que este sea incorporado al expediente.
- 6 El 17 de julio del 2026, LA FABRIL S.A. por medio su apoderada especial María José Peñaherrera, presentó un escrito mediante el cual puso en conocimiento de esta Autoridad material probatorio adicional y solicitó que este sea incorporado al expediente.
- 7 El 30 de julio del 2026, LA FABRIL S.A. por medio su apoderada especial María José Peñaherrera, presentó un escrito mediante el cual puso en conocimiento de esta Autoridad material probatorio adicional y solicitó que este sea incorporado al expediente.

Con fundamento en los antecedentes expuestos, esta Dirección Nacional, en ejercicio de las facultades legalmente conferidas, procede a resolver la presente solicitud de Declaratoria de Notoriedad, para lo cual:

CONSIDERA:

PRIMERO. – Que el Art. 322 de la Constitución de la República del Ecuador, reconoce la propiedad intelectual y dispone que su protección se otorgará de conformidad con las condiciones previstas en la ley.

SEGUNDO. – 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.

TERCERO. – Que mediante Decreto Ejecutivo No. 356, publicado en el Suplemento del 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.

Posteriormente, mediante Resolución Nro. 005-2023-DG-NI-SENADI de 24 de julio de 2023, se expidió el Estatuto Orgánico del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, el cual atribuye a la Dirección Nacional de Propiedad Industrial la competencia para sustanciar los procedimientos y resolver las solicitudes de declaratoria de signos notoriamente conocidos. En consecuencia, esta Dirección Nacional es competente para conocer y resolver la presente solicitud de declaratoria de notoriedad.

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

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

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

En atención a las disposiciones antes citadas, corresponde señalar que el Ecuador es parte de diversos instrumentos internacionales que regulan la materia de propiedad intelectual y, en particular, el régimen aplicable a las marcas notorias. Entre ellos se encuentran 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 de la Comisión de la Comunidad Andina, que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial. En consecuencia, dichos instrumentos resultan aplicables para la resolución del presente procedimiento.

QUINTO. – Que el artículo 463 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación dispone 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.

SEXTO. – Que esta Dirección Nacional verifica que no se han producido omisiones de solemnidades sustanciales ni vicios que puedan afectar la

validez del presente procedimiento administrativo o causar su nulidad, por lo que corresponde declarar su validez procesal.

SÉPTIMO. – Que, del material probatorio incorporado al expediente por el solicitante, se identifican los siguientes medios de prueba anunciados y aportados con la finalidad de acreditar la notoriedad del signo distintivo cuya declaración se solicita:

- 7.1. Materialización del informe “Reconcomiendo de marca: Aceite Girasol” realizado en junio de 2025.
- 7.2. Copias certificadas del estudio “Brand Equity Alimentos envasados”, realizado en octubre de 2023.
- 7.3. Copias certificadas del Informe Ganesha realizado el 16 de enero de 2024.
- 7.4. Informe pericial sobre la notoriedad del signo GIRASOL.
- 7.5. Materialización de la página web <https://muchomejorecuador.org.ec/las-empresas-con-la-huella-destacan-en-el-sector-alimenticio/>.
- 7.6. Materialización de la página web <https://ipsos.com/es-ec/most-influential-brands-ecuador-2024>.
- 7.7. Materialización de la página web original de la marca Girasol <https://girasol.com.ec>.
- 7.8. Materialización de los resultados de la búsqueda de “girasol marca” https://www.google.com/search?q=girasol+marca&sca_esv=2300c7491609542&udm=2&biw=960&bih=927&sxsrf=ADLYWILHZUI-yVUP5g9W4rvUWqlo-aJLfq%3A1735569280192&ei=gK9yZ5S1C96cwbkP_PjqAU&oq=girasol&gs_lp=EgNpbWciB2dpY2Fzc2wqAggAMgQQIxgnMg0QABIABBixA xhDGLoFMgYQABgHGB4yBHAAGACYHjIGEAAyBxgemGYQABgHGB4yBHAAGACYHjIGEAAyBxgemGYQABgHGB4yBHAAGACYHkIFB1AAWABWAXgAkAEAMAEAoAEAqgEAuAEBByAEAoAEB&sclient=img
- 7.9. Materialización de los Certificados de Inscripción de Alimentos emitidos por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.
- 7.10. Materialización de la página web <https://premioeffie.com/finalistas-2021-copy-2-copy-copy/>.
- 7.11. Copia certificada de la certificación suscrita el 28 de diciembre de 2023.
- 7.12. Materialización de la publicación "Celebremos el Día Mundial del Corazón con Girasol", publicada el 24 de septiembre de 2024 en El Comercio.

7.13. Materialización de la publicación “Liseth Ayoví ‘la sonrisa del Ecuador’ y Girasol recuerdan que la felicidad le hace bien al corazón”, publicada el 25 de septiembre de 2024 en Metro Ecuador.

7.14. Materializaciones de documentos electrónicos correspondientes a redes sociales

Plataforma FACEBOOK:

7.14.1. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador>, correspondiente a la página principal de la plataforma.

7.14.2. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid0uAL2Aeykj149KRSizR2oijxZJchnUzC9fWjcvTQyzukkyYbiinpke8Zfk3ktkmAUI>, correspondiente al 16 de febrero de 2024.

7.14.3. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid03Qn8G7jTWCxdajKXjKAqbtpkJdpBSgcvPHuFduut9iQt6X6r5eBEoqZ5qNaxzUGLI>, correspondiente al 20 de febrero de 2024.

7.14.4. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid02QQ9Ev2s4cHYEK3EBiHxK86gpGcxj3G116jWxmh743ZfYifcSHsx6iixqCba2Y4Ebl>, correspondiente al 26 de marzo de 2024.

7.14.5. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid02YPxZ7zs1Eg6mZQCGFCbdoP24NiAEhRVQM78DDUsrFoLMw29ir89noX8i549QNUnl>, correspondiente al 29 de marzo de 2024.

7.14.6. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid02V7c4tkMq5wRYxcaurdnxVuUPAODzte1dRtrY4xjRxq5mKCCSjNmWsDr55MGbUV3TI>, correspondiente al 30 de marzo de 2024.

7.14.7. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid03Qn8G7jTWCxdajKXjKAqbtpkJdpBSgcvPHuFduut9iQt6X6r5eBEoqZ5qNaxzUGLI>, correspondiente al mes de marzo de 2024.

7.14.8. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid0bUjgEzGEQfJj8bai6Ks6QwB1AnupGjuzJeezC5DYUacZEPybidcQbpGayizWWAuel>, correspondiente al 19 de abril de 2024.

- 7.14.9. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasecuador/posts/pfbid0TLW ezenk8tBBJ1QsZCP73ioLQUPRhqtpppvZBLCZ2f7mWbKnEy LR47zh8W95zBbZl>, correspondiente al 24 de abril de 2024.
- 7.14.10. Materialización del vínculo web <https://www.facebook.com/girasecuador/posts/pfbid0k8fb cT2RCBzoCKGJ5YvPG4YcSF9jK7CMmCHwMjQEs4dp32a2XN QyLj3PyQjka7KnI>, correspondiente al 25 de abril de 2024.
- 7.14.11. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasecuador/posts/pfbid0283K q7Fj6w5SF2d4tJtYdZFUF17cZx3srSe2eXDLDSf3YUx3YARYb6 o1KThbeImVAI>, correspondiente al 30 de abril de 2024.
- 7.14.12. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/2145802095784940>, correspondiente al 2 de junio de 2024.
- 7.14.13. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/311594528681504>, correspondiente al 11 de junio de 2024.
- 7.14.14. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/share/p/17Vp4NLTvs/>, correspondiente al 12 de junio de 2024.
- 7.14.15. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/3436654009812407>, correspondiente al 19 de junio de 2025.
- 7.14.16. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasecuador/posts/pfbid0rvUg 1GbitxinqrCjitKDwDBurK1QMwabQWxyRtpFG7UaK6PW9sK e2ZWRaxHpgVcQI>, correspondiente al 20 de junio de 2024.
- 7.14.17. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasecuador/posts/pfbid0rGN3 QYCNtrMjXRM64dKxuvMxmF8qXlddz6WDmYGxnGktPWbo 2uUmFHMruYfswYwrMI>, correspondiente al 24 de junio de 2024.
- 7.14.18. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo?fbid=92559886911367&set =a.618072853697305>, correspondiente al 4 de agosto de 2024.
- 7.14.19. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasecuador/posts/pfbid035t4 TZa9SfU9zpktYX3PmpUKWnJK9pc2frWkuJWurKR8UtBR5w>

- [UURuR8dvgEvN8ENI](#), correspondiente al 08 de agosto de 2024.
- 7.14.20. Materialización del vínculo electrónico https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid0tdRSptPXzqAGZGtuSDrydiKyzq6zMq89FWsNrnFv1Gux2TVHFzW_MpiG4j7BLvCZXL, correspondiente al 18 de septiembre de 2024.
- 7.14.21. Materialización del vínculo electrónico https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid02UiTCjYIWRwtsp3VHUJKB4UbHoiM4ELhCL6iikfBRBaUC7orvUa_mLUC8bmbg9xVYvI, correspondiente al 18 de noviembre de 2024.
- 7.14.22. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/575642184921925>, correspondiente al 18 de noviembre de 2024.
- 7.14.23. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid02XEGkPawCUbeegApBThMXzsjoKYG2qbGt7HHhrDkyNZCVY9Bj54bTddvKVzki9FBI>, correspondiente al 25 de noviembre de 2024.
- 7.14.24. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/598175982700585>, correspondiente al 25 de diciembre de 2024.
- 7.14.25. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1048562453981674&set=a.618072853697305>, correspondiente al 22 de enero de 2025.
- 7.14.26. Materialización del vínculo electrónico https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid0jY3fGCmruFm6DpmPZw1ZoT5WFSgKbwCTuVKk8BsYrBBK8uTs_mmaSXXUMdRWqeU9gl, correspondiente al 12 de febrero de 2025.
- 7.14.27. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/669760532259025>, correspondiente al 10 de marzo de 2025.
- 7.14.28. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/2066196700526078>, correspondiente al 25 de marzo de 2025.

- 7.14.29. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/117399231784466>, correspondiente al 25 de marzo de 2025.
- 7.14.30. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1098488962322356&set=a.618072853697305>, correspondiente al 26 de marzo de 2025.
- 7.14.31. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1099798722191380&set=a.618072853697305>, correspondiente al mes de marzo de 2025.
- 7.14.32. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1831750147661973>, correspondiente al 28 de marzo de 2025.
- 7.14.33. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid0JqRnCNXci8kaGBHk4tb9HUBDLtVrQAAA1X375uGC8hztyCPQ8UfteSSxjcNquqH8l>, correspondiente al 12 de abril de 2025.
- 7.14.34. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1648893999320002>, correspondiente al 16 de abril de 2025.
- 7.14.35. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/661038349958431>, correspondiente al 17 de abril de 2025.
- 7.14.36. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/973721101593155>, correspondiente al 18 de abril de 2025.
- 7.14.37. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1770524676842079>, correspondiente al 23 de abril de 2025.
- 7.14.38. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid0Lo1MkP5v3ykuVXPn2RvGvJWa6HfkSZN7MmsJDTWpGnM7Dsn1DqzTXR3eCA63jH2hl>, correspondiente al 29 de abril de 2025.
- 7.14.39. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/677570161897868>, correspondiente al 30 de abril de 2025.
- 7.14.40. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1136176505220268&>

[et=a.618072853697305](#), correspondiente al 18 de mayo de 2025.

7.14.41. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/628224100241423>, correspondiente al 18 de mayo de 2025.

7.14.42. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/697977329676307>, correspondiente al 06 de junio de 2025.

7.14.43. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo?fbid=1158038503034068&set=a.618072853697305>, correspondiente al 8 de junio de 2025.

7.14.44. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1496039614699118>, correspondiente al 12 de junio de 2025.

7.14.45. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1770135590569568>, correspondiente al 17 de junio de 2025.

7.14.46. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1167066215464630&set=a.618072853697305>, correspondiente al 29 de junio de 2025.

7.14.47. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1042304268019294>, correspondiente al 7 de julio de 2025.

7.14.48. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/share/p/1JEJ4P4UAo/>, correspondiente al 21 de julio de 2025.

7.14.49. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasoecuador/posts/pfbid0HVtXqiJKQbVgt3e7ZMFqDYXiKmNia3gfz1bQTGBfyDDZ1BRNuAieuhVvdwT2FyI>, correspondiente al 22 de julio de 2025.

7.14.50. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1194820872689164&set=a.618072853697305>, correspondiente al 25 de julio de 2025.

7.14.51. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasoecuador/posts/pfbid0a5bNpqVgdkKfabu816UwXXBmRdkocUHDzss9u1QDvNz2p5EaLTknPThnsV5UxGH1I>, correspondiente al 31 de julio de 2025.

- 7.14.52. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/1496039614699118>, correspondiente al mes de julio de 2025.
- 7.14.53. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/girasolecuador/posts/pfbid02RmRtGQSYSSh8NRTXFQSSUSaQRHaCQbSZMixnmysW9ZpA1vrAgmCayG54ZacBYt47HI>, correspondiente al 6 de agosto de 2025.
- 7.14.54. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/2223552538068932>, correspondiente al 11 de agosto de 2025.
- 7.14.55. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/photo?fbid=1215467353957849&set=a.618072853697305>, correspondiente al 19 de agosto de 2025.
- 7.14.56. Materialización del vínculo electrónico <https://www.facebook.com/reel/153823230504758>, correspondiente al 24 de agosto de 2025.

Plataforma INSTAGRAM:

- 7.14.57. Materialización del vínculo electrónico <https://www.instagram.com/girasol.ec/>, correspondiente a la página principal de la plataforma.
- 7.14.58. Materialización del vínculo electrónico <https://www.instagram.com/reel/DPNCVmDERw4/>, correspondiente al blog de publicaciones de la plataforma.
- 7.14.59. Materialización del vínculo electrónico https://www.instagram.com/ecuasectores/p/dAby_drR_LF/?img_index=1

Plataforma TIK TOK:

- 7.14.60. Materialización del vínculo electrónico <https://www.tiktok.com/@girasolec> correspondiente a la página principal de la plataforma.
- 7.14.61. Materialización del vínculo electrónico <https://www.tiktok.com/@girasolec>, correspondiente al blog de publicaciones de la plataforma.
- 7.14.62. Materialización del vínculo electrónico <https://www.tiktok.com/@girasolec/video/732548638725426>

- [7142?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072](https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7340761113157553413?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072), correspondiente al 18 de enero de 2024.
- 7.14.63. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7340761113157553413?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 28 de febrero de 2024.
- 7.14.64. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7350695031793011973is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 26 de marzo de 2025.
- 7.14.65. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7359577475246198022?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 19 de abril de 2024.
- 7.14.66. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7382716836229451014?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 20 de junio de 2024.
- 7.14.67. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7390841493226851590?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 12 de julio de 2024.
- 7.14.68. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7394459661807783174?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 22 de julio de 2024.
- 7.14.69. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7412630197402406150?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 9 de septiembre de 2024.
- 7.14.70. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7423122736970484997?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 7 de octubre de 2024.
- 7.14.71. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7438666243667807544?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 18 de noviembre de 2024.

- 7.14.72. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7441976796523941176?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 27 de noviembre de 2024.
- 7.14.73. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7545622689571212600?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 9 de febrero de 2025.
- 7.14.74. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7486123943170985271?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 26 de marzo de 2025.
- 7.14.75. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7527014352898084152?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 14 de julio de 2025.
- 7.14.76. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/755565127169527052?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 29 de septiembre de 2025.
- 7.14.77. Materialización del vínculo electrónico https://www.tiktok.com/@girasolec/video/7556648504584588600?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7559260721780246072, correspondiente al 22 de octubre de 2025.

Plataforma YOUTUBE:

- 7.14.78. Materialización del vínculo electrónico <https://www.youtube.com/@Girasolec>, correspondiente a la página principal de la plataforma.
- 7.14.79. Materialización del vínculo electrónico <https://www.youtube.com/shorts/qrl7Dkjf3mo>, correspondiente al 07 de mayo de 2024.
- 7.14.80. Materialización del vínculo electrónico <https://www.youtube.com/watch?v=nsUAuk1wZkQ>, correspondiente al 03 de junio de 2024.
- 7.14.81. Materialización del vínculo electrónico <https://www.youtube.com/watch?v=9SFEMqpOYNg>, correspondiente al 03 de junio de 2024.

- 7.14.82. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=s3CfZu7PtIo>,
correspondiente al 07 de junio de 2024.
- 7.14.83. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=-3EZQaGohjk>,
correspondiente al 11 de junio de 2024.
- 7.14.84. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=978miqBbsjM>,
correspondiente al 12 de junio de 2024.
- 7.14.85. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=yqlP7wyN7c4>,
correspondiente al 23 de septiembre de 2024.
- 7.14.86. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=kr0CdREbZ6c>,
correspondiente al 18 de noviembre de 2024.
- 7.14.87. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=zAl3lppmXjA>,
correspondiente al 18 de noviembre de 2024.
- 7.14.88. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/watch?v=FvOtF4KKTXU>,
correspondiente al 02 de diciembre de 2024.
- 7.14.89. Materialización del vínculo electrónico
https://www.youtube.com/watch?v=lt_TfBclJqk,
correspondiente al 25 de diciembre de 2025.
- 7.14.90. Materialización del vínculo electrónico
https://www.youtube.com/watch?v=7rlQ_CEr9xY,
correspondiente al 20 de enero de 2025.
- 7.14.91. Materialización del vínculo electrónico
https://www.youtube.com/watch?v=-6_33HPmY20,
correspondiente al 26 de febrero de 2025.
- 7.14.92. Materialización del vínculo electrónico
https://www.youtube.com/watch?v=4ilZjehj_M,
correspondiente al 31 de marzo de 2025.
- 7.14.93. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/shorts/YXgmEUdjihoQ>,
correspondiente al 04 de abril de 2025.
- 7.14.94. Materialización del vínculo electrónico
<https://www.youtube.com/shorts/DZpgezZARAc>,
correspondiente al 07 de septiembre de 2025.

- 7.14.95. Materialización del vínculo electrónico <https://www.youtube.com/shorts/IR4Uhj0lwsI>, correspondiente al 25 de septiembre de 2025.
- 7.14.96. Materialización del vínculo electrónico <https://www.youtube.com/shorts/Nqv5xyxk03A>, correspondiente al 02 de octubre de 2025.
- 7.15. Materialización de los vínculos detallados a continuación, con su CD-R respectivo, que contiene los siguientes videos promocionales de productos de la marca **GIRASOL**.
- 7.15.1. <https://www.youtube.com/watch?v=kr0CdREbZ6c>:
Anuncio publicitario “La receta para un corazón vibrante by Chef Caro y Girasol” del 18 de noviembre de 2024
- 7.15.2. <https://www.youtube.com/watch?v=EDldBpzwjwE>:
Capítulo 75, Temporada 2 del programa de televisión MasterChef Celebrity Ecuador.
- 7.16. Diligencia de reconocimiento de firmas del certificado suscrito el 28 de octubre de 2025.
- 7.17. Materialización del certificado de contratación de marketing suscrito el 24 de octubre de 2025.
- 7.18. Certificado de promoción de la marca girasol suscrito el 27 de octubre de 2025.
- 7.19. Certificado de alcance de la marca girasol en canales digitales suscrito el 13 de noviembre de 2025.
- 7.20. Certificado suscrito cual se demuestra el valor invertido para la promoción de la marca GIRASOL durante el periodo de febrero a octubre de 2025.
- 7.21. Materialización del certificado suscrito el 27 de diciembre de 2023 en el cual se demuestra el valor invertido para la promoción de la marca GIRASOL el periodo de 2018-2023.
- 7.22. Diligencia de reconocimiento de firmas del certificado suscrito el 5 de febrero de 2025, del cual se demuestra el valor invertido para la promoción de la marca GIRASOL durante el periodo de 2020-2024.
- 7.23. Materialización del certificado suscrito el 29 de octubre de 2025, a partir del cual se demuestra el valor invertido para la promoción de la marca GIRASOL durante el periodo de 2022-2025.
- 7.24. Copia certificada de la certificación de servicios publicitarios suscrita en el mes de noviembre de 2020, durante el periodo 2016 hasta noviembre de 2020.

- 7.25. Materialización de la página web <https://marcasecuador.club/girasol-la-fabril/>.
- 7.26. Materializaciones de facturas emitidas por LA FABRIL S.A. productos con la marca GIRASOL, correspondientes al periodo de 2020-2025.
- 7.27. Copias certificadas del certificado suscrito el 25 de septiembre de 2025, cual se demuestra el volumen de ventas de "Aceites Premium" de la marca GIRASOL.
- 7.28. Informe de perito independiente respecto al análisis del flujo de comercialización de los productos de la marca GIRASOL por el periodo comprendido entre el año 2018 al 2023 de La Fabril S.A.
- 7.29. Informe pericial sobre la registrabilidad del signo GIRASOL LEVEL.
- 7.30. Copias certificadas del informe "Valoración de Marca al 31 de diciembre de 2023" elaborado el 12 de abril de 2024.
- 7.31. Copias certificadas del certificado suscrito el 22 de diciembre de 2023, en cual se demuestra que el volumen de producción de aceite de la marca GIRASOL durante el periodo de 2018-2023.
- 7.32. Certificado suscrito el 15 de septiembre de 2025 a partir del cual se demuestra que el volumen de producción de aceite de semilla de girasol de la marca GIRASOL durante el periodo de 2020-31 de agosto de 2025.
- 7.33. Copias de los registros de derechos intelectuales en Ecuador.
- 7.34. Copia certificada y apostillada del certificado de registro de la marca GIRASOL y logotipo,
- 7.35. Certificado de registro, apostillado, de la marca GIRASOL Y DISEÑO, emitido por la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industria, de Panamá.
- 7.36. Copia certificada y apostillada del certificado de registro, de la marca GIRASOL LA FABRIL, emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio, de Colombia.
- 7.37. Copias certificadas de los títulos de registro detallados en el numeral 10.1. del presente escrito de pruebas.
- 7.38. Materialización de facturas emitidas por LA FABRIL S.A. por la venta de aceites y grasas comestibles de la marca GIRASOL.

- 7.39. Copia certificada del certificado, mediante el cual certifica que dicha compañía, ejecutó durante el período comprendido entre enero de 2025 y marzo de 2026 una inversión publicitaria alcanzando a más de 11,8 millones de personas mediante una estrategia integral desarrollada en plataformas como Meta Ads, TikTok Ads, Google Ads, marketing de influencers y compra programática, entre otros medios digitales.
- 7.40. Copia certificada de la certificación mediante la cual certifica la inversión realizada por LA FABRIL S.A. para la promoción y publicidad de la marca GIRASOL durante los años 2025 y 2026.
- 7.41. Copia certificada del informe que contiene el análisis entre los años 2020 y mayo de 2026, del cual se desprende que la marca GIRASOL es la más reconocida dentro de las categorías comprendidas en el target amas de casa.
- 7.42. Copia certificada de la certificación la cual certifica que, durante el período comprendido entre los años 2023 y 2026, el volumen de ventas de los productos identificados con la marca GIRASOL asciende.
- 7.43. Copia certificada de la certificación la cual certifica que el volumen de producción de aceite de semilla comercializado bajo la marca GIRASOL, durante el período comprendido entre los años 2020 y 2026, asciende.
- 7.44. Copia certificada de la certificación la cual certifica que el volumen de producción de margarina comercializada bajo la marca GIRASOL, durante el período comprendido entre los años 2020 y 2026.
- 7.45. Copia certificada de la certificación la cual certifica que, durante el período comprendido entre los años 2023 y 2026, el volumen de aceite de girasol importado por LA FABRIL S.A. bajo la partida arancelaria 15.12 asciende.
- 7.46. De conformidad con el artículo 148 del Código Orgánico Administrativo, en concordancia con el artículo 11 de la Ley para la Optimización y Eficiencia en Trámites Administrativos, solicito se considere como prueba a favor de mi representada la Resolución No. OCDI-2024-823 emitida por el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales dentro del trámite No. SENADI-2020-75491.

7.47. Informe pericial emitido por el Ab. Gerardo Francisco Naranjo Ormaza, especialista acreditado en Propiedad Intelectual, marcas y patentes, de fecha 28 de julio del 2026.

OCTAVO. – De conformidad con lo dispuesto en el artículo 463 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, corresponde a esta Dirección resolver la solicitud de declaratoria de notoriedad del signo “DISEÑO TRIDIMENSIONAL DE TARRINA (PRINTOPAC)”, para distinguir productos de la clase internacional Nro. 20, específicamente *"Recipientes de materias plásticas para empaquetar"*.

Para tal efecto, esta Autoridad debe valorar las pruebas aportadas por la parte solicitante con el fin de determinar si estas acreditan la notoriedad alegada, tomando como parámetro, en primer término, los factores establecidos en el artículo 228 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, norma comunitaria de aplicación directa y prevalente, y, en concordancia con esta, los criterios previstos en el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, los cuales desarrollan dichos parámetros dentro del ordenamiento jurídico interno.

El presente análisis se efectuará en relación con el sector pertinente de referencia identificado en el expediente, conforme a lo previsto en el artículo 230 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 462 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que considera como sectores pertinentes para el propósito que nos ocupa, 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.”.*

8.1. Signo distintivo notoriamente conocido:

A efectos de definir una marca notoria, resulta fundamental hacer referencia a la normativa y jurisprudencia pertinente.

En primer lugar, el artículo 224 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, dispone:

“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.”.

En concordancia, el artículo 459 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, dispone:

“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.”.

Por su lado, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina precisa que la marca notoria 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. (...)”* (Resaltados me pertenecen)

Desde la perspectiva doctrinaria, Carlos Fernández Novoa define a la marca notoria como:

“(...) de marca notoria debe hablarse cuando el uso intenso de ese signo por parte de la empresa se ha traducido en la difusión de aquella entre el público de los consumidores, de manera que es reconocida en el mercado como signo indicador del origen empresarial.”²

A efectos del proceso que nos ocupa, vale hacer referencia a lo indicado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de cómo se

¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 377-IP-2021

² Concepto citado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 41-IP-98

procede ante una solicitud de declaratoria de notoriedad cuando ésta ya ha sido otorgada en un país miembro:

“(...) 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

A partir de los conceptos y normativa citada, se concluye que una marca notoria es aquella reconocida como tal en un País Miembro por el sector pertinente, en virtud del conocimiento generalizado que éste tiene de la marca en relación con los productos o servicios específicos que ésta identifica.

8.2. 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,

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.”

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

³ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 50-IP-2021

involucradas con los productos o servicios antes, durante o después de su venta.”⁴

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.”⁵

Por lo tanto, se entiende que el sector pertinente comprende a quienes naturalmente están, o podrían estar, en contacto con los productos o servicios identificados con la marca cuya declaratoria de notoriedad se pretende. Lo importante es que el sector pertinente, a raíz de este contacto constante, asocie la marca con facilidad a los productos y servicios que ampara.

8.3. Factores para determinar la notoriedad:

El artículo 228 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina dispone que se considerarán factores para determinar la notoriedad de un signo distintivo:

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;

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 41-IP-98

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 35-IP-2013

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; 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.”

En virtud de la normativa aplicable y de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, la notoriedad podrá ser reconocida cuando la autoridad administrativa, a partir de la valoración integral del acervo probatorio, alcance convicción de que el signo es conocido por la generalidad de alguno de los sectores pertinentes. Para tal efecto, deberán apreciarse los factores previstos en el artículo 228 de la Decisión 486, los cuales constituyen criterios orientadores para la determinación de dicha calidad, sin que resulte necesario que todos ellos se acrediten de manera concurrente en cada caso, debiendo su valoración efectuarse en función de las particularidades y de la prueba aportada en el expediente.

8.4. 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, se han clasificado las pruebas aportadas en función del factor que cada una demostraría.

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

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

Es así que, la demostración de este factor es fundamental para que proceda la declaración de notoriedad de un signo distintivo, pues si bien el titular puede invertir en publicidad, utilizar constante e ininterrumpidamente el signo y reportar cierto nivel de ventas, el esfuerzo realizado por el empresario debe verse reflejado en el grado de conocimiento del signo distintivo en el sector pertinente.

El literal a) del artículo 228 de la Decisión 486 establece que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente. A su vez, el artículo 230 del mismo cuerpo normativo dispone que dicho sector comprende, según la naturaleza de los productos o servicios, a los consumidores reales o potenciales, a las personas que participan en los canales de distribución o comercialización, así como a los círculos empresariales vinculados con el signo. En consecuencia, corresponde verificar, a partir de los medios probatorios incorporados al expediente, si la marca GIRASOL ha alcanzado un nivel de reconocimiento tal que permita afirmar su conocimiento generalizado dentro del sector pertinente del mercado ecuatoriano.

En relación con los numerales **7.1, 7.2, 7.3 y 7.41**, correspondientes a estudios de mercado, informes de reconocimiento de marca (*Brand*

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

Equity), Informe Ganesha y análisis del segmento "Amas de Casa y Jefes de Hogar" correspondiente al período 2020–2026, esta Autoridad observa que dichos estudios fueron elaborados mediante metodologías especializadas de investigación de mercados y concluyen de manera consistente que la marca GIRASOL ocupa el primer lugar de recordación espontánea (*Top of Mind*) dentro de la categoría de alimentos envasados y aceites comestibles en el Ecuador. Particularmente, el estudio constante en el numeral 7.41 determina que más del ochenta por ciento (80%) de los consumidores pertenecientes al sector pertinente identifican espontáneamente a GIRASOL como la marca líder de la categoría. En consecuencia, estos documentos constituyen evidencia objetiva y técnicamente sustentada del elevado grado de conocimiento alcanzado por el signo en el mercado nacional.

Respecto del numeral **7.47**, correspondiente al informe pericial emitido por el Ab. Gerardo Francisco Naranjo Ormaza, esta Dirección advierte que se trata de un dictamen técnico elaborado por un profesional acreditado ante la Función Judicial, especializado en materia de propiedad intelectual. Del análisis contenido en dicho informe se concluye que la marca GIRASOL presenta un elevado nivel de posicionamiento, recordación y reconocimiento dentro del mercado ecuatoriano, siendo identificada de manera inmediata por los consumidores finales, amas de casa y canales de distribución como un signo asociado exclusivamente a LA FABRIL S.A. Asimismo, el peritaje corrobora técnicamente los resultados obtenidos en los estudios de mercado incorporados al expediente, constituyéndose en un elemento especializado que refuerza la fuerza demostrativa del conjunto probatorio respecto del grado de conocimiento del signo.

En cuanto a los numerales **7.5**, **7.6**, **7.10** y **7.25**, consistentes en materializaciones web relativas a la presencia de la marca en el distintivo Mucho Mejor Ecuador, el ranking Ipsos Most Influential Brands 2024, los Premios Effie y el portal Marcas Ecuador, esta Autoridad considera que tales documentos acreditan el reconocimiento institucional y empresarial alcanzado por la marca, evidenciando que su notoriedad trasciende el ámbito estrictamente comercial para proyectarse hacia organismos especializados y entidades representativas del sector productivo.

Por su parte, los numerales **7.14.1** a **7.14.96**, correspondientes a actas notariales de publicaciones efectuadas en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube, demuestran una presencia constante y sostenida de la marca en medios digitales, respaldada por comunidades conformadas por

cientos de miles de seguidores e importantes niveles de interacción, circunstancias que evidencian una amplia difusión del signo entre el público consumidor.

Finalmente, respecto de los numerales **7.12, 7.13, 7.15.1 y 7.15.2**, relativos a publicaciones en medios de comunicación nacionales y campañas publicitarias difundidas en programas de alta audiencia como MasterChef Celebrity Ecuador, así como campañas desarrolladas junto a figuras públicas de reconocimiento nacional, esta Dirección observa que dichos elementos acreditan la permanente exposición de la marca en medios masivos de comunicación, reforzando su presencia y recordación entre los consumidores ecuatorianos.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la solicitante ha demostrado de manera suficiente que la marca GIRASOL goza de un elevado grado de conocimiento entre los consumidores finales, los canales de distribución y los círculos comerciales que integran el sector pertinente definido en el artículo 230 de la Decisión 486. Los estudios de mercado, el dictamen pericial especializado, el reconocimiento institucional, la presencia sostenida en medios digitales y tradicionales y la difusión permanente de la marca constituyen un conjunto probatorio armónico, objetivo y concordante que acredita el cumplimiento del criterio previsto en el artículo 228 literal a) de la Decisión 486 y el artículo 460 numeral 1 del COESCCI. Por tanto, el Factor A se encuentra plenamente acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

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 vez que la única manera de lograr la notoriedad de un signo distintivo es por medio de su difusión y reconocimiento (...)”*⁷

El literal b) del artículo 228 de la Decisión 486 establece que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, entendida como el uso efectivo, continuo y suficientemente difundido del signo dentro del

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 1-IP-2000.

mercado pertinente. En este sentido, no basta acreditar un uso aislado o esporádico, sino que corresponde demostrar que el signo ha sido explotado comercialmente de manera ininterrumpida, durante un período relevante y con una presencia geográfica amplia que permita evidenciar su consolidación dentro del territorio en el que se pretende el reconocimiento de notoriedad.

En relación con los numerales **7.26 y 7.38**, correspondientes a las materializaciones de facturas emitidas por LA FABRIL S.A., así como con el numeral **7.28**, referente al informe elaborado por el perito independiente, esta Autoridad observa que dichos documentos evidencian la comercialización constante de los productos identificados con la marca GIRASOL durante el período comprendido entre los años 2018 y 2025. Del contenido del informe pericial y de la documentación contable incorporada al expediente se desprende que la distribución de los productos se ha efectuado de manera continua mediante cadenas nacionales de autoservicio, distribuidores mayoristas y establecimientos del canal tradicional, alcanzando las veinticuatro provincias del territorio ecuatoriano. En consecuencia, estos medios probatorios acreditan un uso efectivo, sostenido y territorialmente extendido del signo dentro del mercado nacional.

Respecto de los numerales **7.31, 7.32, 7.43, 7.44 y 7.45**, consistentes en certificaciones relacionadas con los volúmenes de producción e importación de insumos agrícolas correspondientes a la partida arancelaria 15.12, esta Autoridad advierte que dichos documentos permiten verificar la capacidad industrial y logística desarrollada por la titular para abastecer de manera permanente el mercado ecuatoriano. La información contenida en estas certificaciones evidencia una infraestructura de producción y abastecimiento sostenida durante el período comprendido entre los años 2018 y 2026, circunstancia que resulta compatible con una explotación comercial continua del signo y con una presencia permanente de los productos identificados con la marca GIRASOL en los distintos canales de comercialización a nivel nacional.

En cuanto al numeral **7.9**, correspondiente a los Certificados de Inscripción de Alimentos emitidos por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), esta Autoridad considera que dicha documentación constituye un respaldo oficial de la autorización sanitaria otorgada para la comercialización de los productos identificados con la marca GIRASOL, acreditando que estos han permanecido habilitados para su distribución y comercialización dentro del territorio ecuatoriano

conforme a la normativa sanitaria aplicable. Si bien los registros sanitarios, por sí solos, no acreditan la notoriedad de un signo, sí constituyen un elemento objetivo que corrobora la continuidad y legalidad de su explotación comercial durante el período analizado.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la documentación aportada acredita de manera suficiente la duración, amplitud y extensión geográfica de la utilización de la marca GIRASOL. Las facturas y el informe pericial demuestran un uso comercial continuo durante varios años; las certificaciones de producción e importación evidencian la capacidad operativa necesaria para abastecer de forma permanente el mercado nacional; y los registros sanitarios emitidos por la autoridad competente corroboran la continuidad de la explotación comercial del signo dentro del Ecuador. En su conjunto, estos elementos permiten concluir que el uso de la marca no ha sido aislado ni limitado territorialmente, sino que ha mantenido una presencia constante y ampliamente extendida en el mercado ecuatoriano. Por tanto, el Factor B se encuentra acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

- 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”*.⁸

El literal c) del artículo 228 de la Decisión 486 establece que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción. Este factor tiene por finalidad verificar si el titular ha desarrollado estrategias publicitarias

⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 20-IP-2022.

sostenidas en el tiempo, difundidas mediante diversos canales de comunicación y dirigidas al sector pertinente, de tal manera que el signo haya alcanzado una presencia constante y generalizada dentro del mercado. En consecuencia, corresponde analizar no solamente la existencia de actividades promocionales, sino también su continuidad, cobertura y alcance efectivo entre los consumidores.

En relación con los numerales **7.24**, **7.22** y **7.23**, correspondientes a las certificaciones de ejecución publicitaria de los períodos 2016–2020, 2020–2024 y 2022–2025, esta Autoridad observa que dichos documentos acreditan la existencia de una estrategia promocional desarrollada de forma continua durante varios años. De su contenido se desprende que la marca GIRASOL ha sido objeto de campañas permanentes de comunicación y publicidad, ejecutadas mediante planes presupuestarios sucesivos, lo cual evidencia que la promoción del signo no responde a acciones aisladas o esporádicas, sino a una política comercial sostenida orientada a mantener su posicionamiento dentro del mercado ecuatoriano.

Respecto del numeral **7.39**, consistente en la certificación relativa a la ejecución de pauta publicitaria digital durante el período comprendido entre enero de 2025 y marzo de 2026, esta Autoridad advierte que dicho documento acredita, mediante información verificable, la difusión de campañas publicitarias a través de plataformas digitales como Meta Ads, TikTok Ads, Google Ads y sistemas de compra programática, alcanzando una audiencia superior a 11,8 millones de personas. Este alcance evidencia una cobertura masiva dentro del territorio nacional y constituye un elemento objetivo que demuestra la amplitud e intensidad de la promoción desarrollada por la titular de la marca.

En cuanto a los numerales **7.11**, **7.16** a **7.24**, **7.39** y **7.40**, correspondientes a certificaciones contables, bancarias y documentos notariales relacionados con la ejecución de campañas publicitarias, esta Autoridad considera que dichos medios probatorios corroboran la existencia de un esquema organizado de promoción sostenido mediante diversos medios de comunicación y plataformas digitales, permitiendo verificar la continuidad temporal y la magnitud de las actividades promocionales desplegadas en favor de la marca GIRASOL.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la documentación aportada acredita de manera suficiente la duración, amplitud y extensión de la promoción de la marca GIRASOL. Las certificaciones de campañas publicitarias demuestran una estrategia

promocional sostenida durante varios años, mientras que la evidencia relativa a la pauta digital permite verificar un alcance masivo entre el público ecuatoriano mediante diversos canales de comunicación. Por tanto, el Factor C se encuentra acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

- 4 Pruebas tendientes a demostrar el ***“valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique”***.

El literal d) del artículo 228 de la Decisión 486 dispone que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse la inversión efectuada en su promoción. Este factor exige verificar que el titular haya destinado recursos económicos significativos y sostenidos para posicionar el signo en el mercado, acreditando que dicha inversión corresponde efectivamente a actividades promocionales y publicitarias encaminadas a consolidar el reconocimiento de la marca entre el sector pertinente.

En relación con los numerales **7.11, 7.16 a 7.24, 7.39 y 7.40**, correspondientes a certificaciones contables, bancarias y documentos notariales, esta Autoridad observa que dichos medios probatorios permiten verificar la ejecución de inversiones destinadas específicamente a la promoción de la marca GIRASOL. La documentación incorpora certificaciones financieras y presupuestarias que evidencian la asignación continua de recursos económicos para el desarrollo de campañas publicitarias, estrategias de comunicación y difusión comercial durante varios ejercicios económicos consecutivos.

Respecto del numeral **7.39**, esta Autoridad advierte que la certificación relativa a la pauta publicitaria ejecutada entre enero de 2025 y marzo de 2026 constituye un elemento particularmente relevante para acreditar la magnitud de la inversión promocional realizada. La utilización de plataformas digitales de alcance nacional, tales como Meta Ads, TikTok Ads, Google Ads y sistemas de compra programática, evidencia no solamente la existencia de una estrategia publicitaria técnicamente estructurada, sino también la inversión de recursos económicos suficientes para alcanzar una audiencia superior a 11,8 millones de personas dentro del territorio ecuatoriano.

Asimismo, los numerales **7.22, 7.23 y 7.24** demuestran que la inversión destinada a la promoción de la marca no corresponde a campañas

ocasionales, sino a una política empresarial sostenida durante más de una década, respaldada mediante certificaciones contables y presupuestarias que permiten verificar la continuidad del esfuerzo financiero destinado al posicionamiento del signo.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la documentación aportada acredita de manera suficiente la inversión efectuada en la promoción de la marca GIRASOL. Las certificaciones financieras y presupuestarias demuestran la asignación constante de recursos económicos destinados al fortalecimiento del posicionamiento comercial del signo, mientras que la evidencia relativa a la pauta publicitaria confirma que dichas inversiones se materializaron en campañas de amplia cobertura e impacto dentro del mercado ecuatoriano. Por tanto, el Factor D se encuentra acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

- 5 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”***.

Los ingresos asociados a una marca son aquellos recursos que su titular percibe gracias a la explotación comercial de la misma; ingresos que devienen de la aceptación que haya tenido el producto en el mercado, y es un indicador del grado de conocimiento del signo entre el sector pertinente. En este sentido, 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”*⁹

El literal e) del artículo 228 de la Decisión 486 establece que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse el volumen de las cifras de ventas y de los ingresos obtenidos por la empresa titular en relación con el signo cuya protección se pretende. Este factor tiene por finalidad verificar que el éxito comercial del signo pueda demostrarse mediante indicadores económicos objetivos que evidencien su aceptación dentro del mercado, permitiendo establecer una relación

⁹ Otamendi, Jorge, Derecho de Marcas, Buenos Aires, Abeledo Perrot, 2002, 4a. ed.

directa entre la explotación del signo y los resultados económicos obtenidos por su titular.

En relación con los numerales **7.27**, **7.42** y **7.44**, correspondientes a certificaciones de facturación y volumen de ventas de la línea "Aceites Premium" y margarinas comercializadas por LA FABRIL S.A., esta Autoridad observa que dichos documentos contienen información financiera que permite verificar el elevado volumen de operaciones comerciales generado por los productos identificados con la marca GIRASOL. De la documentación aportada se desprende que la comercialización de dichos productos mantiene un flujo constante de ventas dentro del mercado ecuatoriano, reflejando una participación económica relevante dentro del sector agroindustrial nacional.

Respecto del numeral **7.28**, correspondiente al informe pericial financiero independiente sobre el flujo de comercialización de la marca, esta Autoridad advierte que dicho documento constituye un medio probatorio técnico que analiza el comportamiento económico de las operaciones vinculadas con el signo GIRASOL, corroborando las cifras contenidas en la documentación financiera presentada por la solicitante. En consecuencia, este informe aporta un respaldo técnico independiente que fortalece la credibilidad y consistencia de la información económica incorporada al expediente.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la documentación aportada acredita de manera suficiente que la marca GIRASOL genera un volumen significativo de ventas e ingresos dentro del mercado ecuatoriano. Las certificaciones financieras y el informe pericial permiten establecer una relación objetiva entre la explotación comercial del signo y el importante flujo económico derivado de su comercialización, evidenciando el éxito comercial alcanzado por la marca dentro del sector pertinente. Por tanto, el Factor E se encuentra acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

8 Pruebas tendientes a demostrar el ***"valor contable del signo como activo empresarial"***.

El literal g) del artículo 228 de la Decisión 486 dispone que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse el valor contable del signo como activo empresarial. Este factor busca determinar si el signo constituye un activo intangible con relevancia económica dentro del patrimonio de su titular, de manera que su valor

pueda ser objetivamente cuantificado mediante metodologías técnicas de valoración y reconocido como parte del patrimonio empresarial.

En relación con el numeral **7.30**, correspondiente al informe técnico denominado “Valoración de Marca al 31 de diciembre de 2023”, esta Autoridad observa que dicho documento fue elaborado mediante metodologías internacionalmente reconocidas para la valoración de activos intangibles, incorporando criterios financieros orientados a determinar el valor patrimonial de la marca GIRASOL. Del contenido del informe se desprende que el signo posee un valor económico autónomo y cuantificable, siendo identificado como uno de los activos intangibles de mayor relevancia dentro del patrimonio empresarial de LA FABRIL S.A.

Asimismo, la información contenida en los numerales **7.27, 7.28, 7.42 y 7.44**, relativa al volumen de ventas e ingresos generados por la marca, constituye un elemento complementario que guarda coherencia con la valoración financiera efectuada, puesto que evidencia la capacidad del signo para generar flujos económicos sostenidos, circunstancia que incide directamente en la determinación de su valor patrimonial como activo intangible.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la documentación aportada acredita de manera suficiente que la marca GIRASOL constituye un activo intangible de significativo valor económico dentro del patrimonio empresarial de LA FABRIL S.A.. El informe técnico de valoración financiera, analizado conjuntamente con la información relativa al comportamiento económico de la marca, permite establecer objetivamente la existencia de un activo empresarial con valor patrimonial propio y plenamente identificable. Por tanto, el Factor G se encuentra acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

9 Pruebas tendientes a demostrar los ***“aspectos del comercio internacional”***.

El literal j) del artículo 228 de la Decisión 486 dispone que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá tomarse en consideración las actividades de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el comercio internacional. Este factor tiene por finalidad establecer si la explotación del signo ha trascendido el ámbito estrictamente nacional y se proyecta hacia mercados extranjeros

mediante actividades comerciales efectivas, evidenciando una presencia internacional relevante que contribuya al reconocimiento del signo más allá del territorio del País Miembro donde se solicita la protección.

En relación con los numerales **7.33, 7.34 y 7.37**, correspondientes a los títulos de registro concedidos por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales del Ecuador (SENADI), esta Autoridad observa que dichos documentos acreditan la existencia y vigencia de derechos marcarios sobre el signo GIRASOL dentro del territorio ecuatoriano. No obstante, si bien tales registros constituyen un elemento relevante para demostrar la protección jurídica del signo, no acreditan por sí mismos la realización de actividades de fabricación, comercialización o intercambio internacional exigidas por el literal j) del artículo 228 de la Decisión 486.

Respecto de los numerales **7.35 y 7.36**, consistentes en los certificados de registro marcario expedidos por las autoridades competentes de Panamá y Colombia, debidamente apostillados, esta Dirección constata que dichos instrumentos evidencian que el titular ha obtenido protección registral del signo en otras jurisdicciones. Sin embargo, la existencia de registros extranjeros constituye únicamente un reconocimiento del derecho exclusivo sobre la marca en esos territorios, mas no demuestra, por sí sola, la ejecución de actividades comerciales internacionales, tales como procesos de fabricación, exportación, importación, distribución o comercialización efectiva de los productos identificados con la marca GIRASOL. En consecuencia, estos documentos acreditan la dimensión internacional de la protección jurídica del signo, pero no permiten verificar el desarrollo de operaciones comerciales internacionales en los términos previstos por el literal j) del artículo 228 de la Decisión 486.

En consecuencia, valorados integralmente los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la documentación aportada acredita la existencia de protección registral del signo GIRASOL en diversas jurisdicciones, lo que evidencia una estrategia de expansión jurídica internacional. No obstante, los elementos probatorios examinados no demuestran de manera suficiente la realización de actividades de fabricación, compras, almacenamiento o comercio internacional vinculadas con el signo, exigidas por el artículo 228 literal j) de la Decisión 486 para efectos de valorar este factor de notoriedad. Por tanto, el Factor J se considera parcialmente acreditado, en cuanto demuestra la proyección internacional de la protección marcaria, mas no la existencia de

operaciones comerciales internacionales que permitan tener por plenamente satisfecho este criterio.

10 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”***.

El literal k) del artículo 228 de la Decisión 486 establece que, para determinar la notoriedad de un signo, podrá considerarse la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo en el País Miembro o en el extranjero. La finalidad de este criterio consiste en valorar la trayectoria jurídica del signo y la consolidación de su protección marcaria en distintos territorios, como un elemento que puede evidenciar la continuidad de su explotación y la importancia que reviste para su titular.

En relación con los numerales **7.33**, **7.34** y **7.37**, correspondientes a los certificados de registro expedidos por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales del Ecuador (SENADI), esta Dirección verifica que la marca GIRASOL cuenta con registros marcarios vigentes en el territorio nacional, circunstancia que acredita la continuidad de su protección jurídica y la permanencia del signo dentro del sistema marcario ecuatoriano.

De igual forma, respecto de los numerales **7.35** y **7.36**, consistentes en los certificados de registro emitidos por las autoridades competentes de Panamá y Colombia, debidamente apostillados, se constata que el signo también ha obtenido protección registral en otras jurisdicciones, lo que evidencia una estrategia de protección internacional y una expansión del portafolio marcario más allá del territorio ecuatoriano.

Adicionalmente, esta Autoridad observa que mediante el numeral **7.46** la solicitante incorpora la Resolución No. OCDI-2024-823, emitida por el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales dentro del trámite SENADI-2020-75491, mediante la cual se analizó la intensidad distintiva y el grado de protección que corresponde a la marca GIRASOL. Si bien dicho pronunciamiento constituye un precedente administrativo relevante dentro del ámbito institucional y un elemento de apoyo para el análisis integral del expediente, su contenido no sustituye la obligación de valorar de manera individualizada la prueba incorporada en el presente procedimiento, conforme a los principios de motivación y valoración integral previstos en el Código Orgánico Administrativo.

En consecuencia, valorados en conjunto los medios probatorios incorporados al expediente, esta Autoridad concluye que la solicitante ha demostrado la existencia de registros marcarios nacionales e internacionales del signo GIRASOL, evidenciando una protección jurídica sostenida y una trayectoria registral consolidada tanto en el Ecuador como en el extranjero. Tales elementos satisfacen el supuesto previsto en el artículo 228 literal k) de la Decisión 486, por cuanto acreditan la existencia y antigüedad de registros del signo objeto del presente procedimiento. Por tanto, el Factor K se encuentra debidamente acreditado dentro del presente procedimiento administrativo.

Conclusiones respecto de la valoración de la prueba

Una vez efectuado el análisis individual de los medios probatorios aportados por la solicitante y realizada su valoración conjunta conforme a las reglas de la sana crítica previstas en el artículo 164 del Código Orgánico Administrativo, esta Autoridad concluye que el acervo probatorio incorporado al expediente acredita, de manera suficiente, la concurrencia de varios de los criterios orientadores previstos en el artículo 228 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, desarrollados en el artículo 460 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

En efecto, respecto del Factor A, relativo al grado de conocimiento del signo entre los miembros del sector pertinente, los estudios de mercado, las investigaciones de recordación de marca, la presencia sostenida en medios de comunicación tradicionales y digitales, así como el reconocimiento otorgado por organismos especializados e instituciones independientes, permiten concluir que la marca GIRASOL goza de un elevado nivel de conocimiento y recordación entre los consumidores y canales de comercialización del mercado ecuatoriano, satisfaciendo el supuesto previsto en los artículos 228 literal a) de la Decisión 486 y 460 numeral 1 del COESCCI.

En cuanto al Factor B, referente a la duración, amplitud y extensión geográfica de la utilización del signo, la documentación incorporada demuestra un uso continuo, masivo e ininterrumpido durante varios años, respaldado por una extensa cobertura territorial, una infraestructura industrial consolidada y la permanencia de los productos en los principales canales de comercialización del país, circunstancias que evidencian una explotación comercial sostenida del signo en el mercado ecuatoriano.

Respecto de los Factores C y D, relativos a la duración, amplitud y extensión de la promoción del signo, así como a la inversión efectuada para promoverlo, las certificaciones contables, los informes financieros y la documentación relativa a campañas publicitarias acreditan una estrategia promocional permanente, respaldada por importantes inversiones económicas ejecutadas durante varios años y por campañas de difusión que alcanzaron a millones de consumidores ecuatorianos mediante medios tradicionales y plataformas digitales, evidenciando un esfuerzo publicitario sistemático dirigido a consolidar el posicionamiento de la marca.

En relación con el Factor E, concerniente a las cifras de ventas e ingresos de la empresa titular, el expediente contiene certificaciones financieras, informes periciales y documentación contable que evidencian un volumen de ventas de considerable magnitud dentro del mercado nacional, circunstancia que refleja la importancia económica de la marca y su consolidación como uno de los principales activos comerciales de la empresa titular.

Por su parte, respecto del Factor G, relacionado con el valor contable del signo como activo empresarial, el informe técnico de valoración de marca demuestra que el signo GIRASOL constituye un activo intangible de elevado valor económico dentro del patrimonio de LA FABRIL S.A., circunstancia que confirma su relevancia estratégica y financiera para la actividad empresarial desarrollada por la solicitante.

En cuanto al Factor J, relativo a las actividades de fabricación, compras y comercio internacional del signo, si bien la documentación aportada evidencia la existencia de registros marcarios en otras jurisdicciones y una estrategia de protección internacional del signo, los medios probatorios no permiten acreditar de manera plena la realización de operaciones comerciales internacionales en los términos previstos por el artículo 228 literal j) de la Decisión 486. En consecuencia, este factor se considera parcialmente acreditado, al demostrar la proyección internacional de la protección jurídica de la marca, aunque no la totalidad de los supuestos contemplados por la norma.

Finalmente, respecto del Factor K, relativo a la existencia y antigüedad de registros o solicitudes de registro del signo, la documentación aportada acredita la existencia de registros marcarios nacionales e internacionales vigentes, evidenciando una trayectoria registral consolidada y una estrategia sostenida de protección jurídica del signo tanto en el Ecuador como en otros países, satisfaciendo plenamente el criterio previsto en el artículo 228 literal k) de la Decisión 486.

En consecuencia, esta Dirección Nacional determina que el conjunto probatorio incorporado al expediente acredita de manera suficiente los factores **A, B, C, D, E, G y K**, mientras que el **Factor J** ha sido acreditado de forma parcial. Tales elementos, apreciados de manera integral y armónica, evidencian que la marca GIRASOL para la clase internacional No. 29, específicamente respecto de los productos “*Aceite y grasas comestibles*”. ha alcanzado un grado significativo de conocimiento, presencia comercial, permanencia en el mercado, inversión promocional, relevancia económica y consolidación jurídica, circunstancias que constituyen indicios objetivos de notoriedad conforme a los criterios orientadores previstos en los artículos 228 de la Decisión 486 y 460 del COESCCI.

Asimismo, resulta pertinente recordar que, de conformidad con la jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, los factores previstos en el artículo 228 de la Decisión 486 constituyen criterios taxativos, cuya valoración no exige su acreditación concurrente para el reconocimiento de la notoriedad de un signo. En tal virtud, la valoración debe efectuarse de manera integral, atendiendo a la calidad, suficiencia y fuerza demostrativa de los medios probatorios aportados en cada caso concreto. Bajo este contexto, el importante número de factores acreditados en el presente procedimiento constituye un respaldo probatorio suficiente para sustentar el análisis jurídico correspondiente respecto de la notoriedad solicitada.

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

RESUELVE:

- 1 **DECLARAR** la notoriedad del signo “GIRASOL” solicitada por LA FABRIL S.A., para “*Aceite y grasas comestibles*”, productos comprendidos en la clase internacional Nro. 29.

La notoriedad declarada mediante el presente acto administrativo estará determinada por las circunstancias que motivaron su reconocimiento y se presumirá subsistente por el plazo de siete (7) años, contados a partir de la fecha de emisión de la presente resolución, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 316 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos.

- 2 **ORDENAR** la emisión del respectivo Certificado de Declaratoria de Notoriedad.

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 administrativo se emite en virtud de Acción de Personal Nro. SENADI-DATH-2026-06-114, de 17 de junio de 2026. –

Notifíquese. –

Abg. Camila Guarderas Carrión
DIRECTORA NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Razón: En la ciudad de Quito, D.M., se notificó la resolución que antecede el día 31 de julio de 2026 a **LA FABRIL S.A.** en el casillero físico Nro. 71 y el casillero virtual Nro. 21210.

En virtud de la delegación conferida mediante Resolución Nro. SENADI-DG-2026-0015-RE de 11 de mayo de 2026.

Certifico. –

Abg. David X. Cando Lema
**DELEGADO PARA LAS ATRIBUCIONES DE LA GESTIÓN DE
DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO**