

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR**



**FACULTAD DE DERECHO**

**CARRERA DE DERECHO**

**SEDE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
ABOGADO DE LOS JUZGADOS Y TRIBUNALES DE JUSTICIA DE LA  
REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**TEMA:**

**LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE  
PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR**

**AUTOR:**

**JOSÉ LUIS CALAHORRANO ANDRADE**

**ASESOR:**

**ABG. EDISON ISRAEL LÓPEZ ALARCÓN, MSC.**

**QUITO – 2025**

## CERTIFICADO DEL ASESOR

Msc. Edison Israel López Alarcón, en calidad de Asesor del trabajo de titulación (Tesis), designado por disposición de la Comisión de Titulación de la carrera de Derecho, de la Universidad Metropolitana, "UMET", Sede Quito, certifico que el estudiante JOSE LUIS CALAHORRANO ANDRADE, ha finalizado el trabajo de investigación con el tema: **"LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR"**, quien ha cumplido con todos los requisitos exigidos.

Es todo cuanto tengo que informar, facultando al interesado hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado calificador respectivo, que al efecto sea designado.

Atentamente,

Msc. Edison Israel López Alarcón.

Tutor

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, José Luis Calahorrano Andrade, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, carrera Derecho, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación que versa sobre **“LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR”** y las expresiones vertidas en la misma, son autoría del compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

José Luis Calahorrano Andrade

C.I. 1718853094

AUTOR

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, José Luis Calahorrano Andrade, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, **“LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR”**, modalidad Proyecto de Investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

José Luis Calahorrano Andrade

C.I. 1718853094

AUTOR

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación, y todo el esfuerzo invertido en él, a mi madre, porque sin su presencia y amor este logro no sería posible. A la mujer que, con sacrificio y fortaleza, ha sido guía y refugio en cada etapa de mi vida. Gracias por enseñarme, con tu ejemplo, que la perseverancia y la fe en uno mismo son la base para superar cualquier obstáculo. Todo lo que hoy celebro es reflejo de tu entrega y del inquebrantable apoyo que siempre me has brindado.

A mi querida hermana quien es mi compañera de vida y cómplice de tantos momentos. Te doy las gracias por tu comprensión y por ser la voz de ánimo, cuando el cansancio me vence, en los días difíciles fuiste mi luz y, en los felices, fuiste la mejor compañía para celebrarlo. Sin tu apoyo, este camino habría sido mucho más duro y solitario.

A mi pareja y amada, te dedico este trabajo por ser mi refugio y mi fortaleza en cada etapa de este proceso. Gracias, por cada palabra de ánimo, por cada gesto de amor, por tu paciencia infinita, y por creer en mí incluso en los momentos en los que yo dudaba. Tu compañía ha sido un impulso invaluable en esta travesía, y este logro también es tuyo, porque sin tu amor y apoyo incondicional, el camino habría sido más duro.

A mi querida tía Mamathey y a mi papá Mario Páez, quienes partieron antes de que pueda alcanzar este sueño, pero sus presencias y amor siguen vivos en mi corazón. Sé que, desde donde estén, celebran conmigo este logro que tanto desearon presenciar. Aunque no puedan estar físicamente a mi lado, su amor, sus palabras de aliento y su ejemplo me han acompañado en cada paso de este camino. Este triunfo también les pertenece, porque dejaron en mí la fuerza y la determinación necesarias para llegar hasta aquí.

Y, sobre todo, dedico este logro a mi hijo, mi mayor inspiración. Él es la razón por la que me esfuerzo cada día y el impulso que me recuerda que todo sacrificio tiene sentido. Gracias a él, aprendí que los sueños se alcanzan con amor, perseverancia y la certeza de que vale la pena luchar por un futuro mejor. A ti, que llenas mi vida de alegría y me das fuerzas para seguir adelante incluso cuando el camino parece imposible. Cada esfuerzo, cada desvelo y cada sacrificio han valido la pena porque quiero que veas en mí un ejemplo de lucha y perseverancia. Todo lo que hago, lo

hago pensando en ti, en tu futuro, en la vida que deseo brindarte y en el legado de amor y esfuerzo que quiero dejarte.

Finalmente, también me dedico este logro a mí mismo. Porque he luchado, porque no me he rendido, porque he superado obstáculos y he demostrado que con determinación y pasión se pueden alcanzar los sueños. Este triunfo es fruto de mi trabajo, de mi constancia y de mi compromiso conmigo mismo y con quienes amo. Esta meta alcanzada es también de ustedes.

Con todo mi amor José Luis Calahorrano Andrade.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primordialmente a Dios y a la Virgen María, cuya luz me sostuvo en los momentos de incertidumbre, y me infundió fuerza para seguir adelante. A mi querida madre, quien, con su ejemplo diario me enseñó el valor del sacrificio, y la fe; su apoyo constante ha sido el pilar de cada paso que doy. Y también a mi hijo, quien es el motor de mis esfuerzos. y la inspiración que me impulsa a no detenerme, dedico este logro con todo mi corazón, pues en él se reflejan mis sueños y mis luchas.

Extiendo también mi gratitud al Magíster Edison López por su guía paciente y su compromiso con mi formación, a mis profesores por sembrar en mí el deseo de aprender y superarme cada día, y a la Universidad Metropolitana por ofrecerme un espacio donde pude crecer y formarme. Este triunfo es fruto de muchas manos y corazones que me acompañaron en el camino y, por ello, lo siento tan mío como de todos ellos.

## ÍNDICE

CERTIFICADO DEL ASESOR .....	II
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	III
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	IV
DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN .....	XIII
ABSTRACT .....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
1.1 Antecedentes de la investigación.....	7
1.2 Bases teóricas .....	9
1.2.1 Marcas .....	9
1.2.2. Entidad de la marca .....	11
1.2.3. Posicionamiento de marca .....	11
1.2.4. Prohibiciones absolutas al registro de marca según la COESCCI .....	12
1.2.5. Tipos de posicionamiento de marca.....	14
1.2.6. Notoriedad de Marca.....	16
1.2.7. Lealtad de la marca.....	17
1.2.8. Definición y alcance de la propiedad intelectual.....	17
1.2.8.1 Tipos de Propiedad Intelectual .....	18
1.2.9. Derechos de propiedad y la economía en el mercado. ....	19
1.2.10. La marca en el ordenamiento jurídico ecuatoriano .....	20
1.2.11. Tipos de Marca.....	20
1.2.12. La diversidad de los regímenes nacionales en materia de marcas.....	22

1.2.13. Procedimientos y requisitos para el registro de marcas en Ecuador.....	24
1.2.14. Derechos de la Marca Registrada.....	26
1.2.15. Beneficios del Registro de Marcas.....	27
1.2.15.1. Beneficios del Registro de Marcas en Colombia.....	27
1.2.16. Beneficios del Registro de Marcas en Ecuador.....	28
1.2.16.1. Beneficios de la Propiedad Intelectual para Ecuador.....	29
1.2.17. Protección de las marcas.....	30
1.2.17.1. Protección nacional, regional e internacional.....	31
1.2.17.2. La Protección Nacional Conforme al COESCCI.....	32
1.2.17.3. Protección legal contra el uso indebido.....	33
1.2.18. Legislación Nacional (COESCCI).....	34
1.2.19. Vigencia del registro de marcas.....	37
1.2.20. Propiedad intelectual en cifras.....	38
1.3. Propuestas.....	39
1.3.1. Simplificación de Trámites para el Registro de Marcas en Pymes.....	39
1.3.2. Propuesta de Digitalización y Optimización de Procesos.....	40
1.3.3. Proponer un sistema efectivo de incentivos que fomente activamente la protección de su propiedad intelectual.....	41
1.4. Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).....	41
CAPITULO II.....	43
2. MARCO METODOLÓGICO.....	43
2.1. Diseño de la estrategia investigativa.....	43
2.1.1. Métodos de investigación.....	45
2.1.1.1. Método científico.....	45
2.1.2 Tipos de investigación.....	46
2.1.2.1 Investigación cualitativa.....	47

	X
2.1.2.2. Investigación cuantitativa.....	47
2.1.2.3. Investigación Documental.....	48
2.1.2.4. Investigación de campo .....	49
2.1.3. Análisis .....	50
2.1.4. Síntesis .....	51
2.1.5. Método deductivo.....	51
2.1.6. Método inductivo .....	52
2.1.7. Participantes del estudio .....	53
2.2. Técnica de investigación.....	55
2.2.1. Entrevista .....	55
2.2.1.1. Importancia de la realización de entrevistas .....	56
2.2.1.2. Diseño metodológico de entrevista.....	57
2.2.2.1. Estructuras de las preguntas para entrevistados.....	58
2.2.3. Análisis e Interpretación de Datos.....	61
CAPITULO III .....	64
ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PROPUESTA .....	64
3.1. Análisis de resultados .....	64
3.2 Propuesta .....	70
3.2.1 Planteamiento de la propuesta para la creación del sistema informático de registro de marcas para Pymes” .....	70
3.2.2 Justificación de la propuesta .....	71
3.2.3 Objetivos .....	72
3.2.3.1 Objetivo general .....	72
3.2.3.2 Objetivos específicos:.....	72
3.3 Desarrollo de la propuesta.....	72
3.3.1 Digitalización del proceso .....	72

3.3.2 Simplificación administrativa y reducción de costos.....	73
3.3.3 Incentivos para fomentar el registro de marcas .....	73
3.4 Comparación internacional .....	73
CONCLUSIONES.....	76
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	79

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estrategias de posicionamiento de marca .....	15
Tabla 2. Tipos de marca .....	21
Tabla 3. Selección de Entrevistados.....	54
Tabla 4. Diseño metodológico de las preguntas de la entrevista.....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Avances y Retos de Ecuador en la Propiedad Intelectual: Perspectivas en el Ámbito de las Patentes.....	39
Gráfico 2. Ubicaciones de la SENADI en el territorio ecuatoriano.....	42
Gráfico 3. Estructura metodológica de la investigación.....	44

## RESUMEN

La presente investigación Aborda “La Importancia Del Registro De Marcas Y El Derecho De Propiedad Intelectual En El Ecuador ”, realizando un análisis exhaustivo sobre la relevancia del registro marcario en el contexto jurídico y económico del país.

La propiedad intelectual, especialmente el derecho marcario, tiene un rol importante en la protección de los signos únicos que distinguen a productos y servicios de los demás en el mercado, de esta forma se garantiza que la exclusividad y diferencia de marca, sea parte de cada empresa.

La presente investigación observa el marco normativo vigente en la República del Ecuador, incluyéndose la legislación nacional y los tratados internacionales suscritos por el estado, como lo es el Convenio de París y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, ADPIC; además, se valora el proceso de registro ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, SENADI; para lograr identificar los requisitos, costos y beneficios asociados.

Con los resultados de la investigación evidenciaron que el registro de marcas es una herramienta fundamental para potenciar la competitividad empresarial en el país, de esta forma se genera confianza en el mercado, facilitando la expansión comercial y contribuyendo al posicionamiento de las compañías tanto a nivel nacional como internacional. Por lo tanto, se concluyó que resulta indispensable promover una cultura orientada a la protección de marca, lo cual se puede lograr a través de capacitaciones e incentivo que permitan a emprendedores y empresarios resguardar de manera efectiva sus activos intangibles.

**Palabras claves:** Registro de marcas, propiedad intelectual, protección jurídica, exclusividad, competitividad empresarial

## ABSTRACT

This research addresses "The Importance of Trademark Registration and Intellectual Property Rights in Ecuador," conducting an exhaustive analysis of the relevance of trademark registration within the country's legal and economic context. Intellectual property, particularly trademark law, plays an important role in protecting the unique signs that distinguish products and services in the market, thereby ensuring that brand exclusivity and differentiation are part of every company.

This research examines the current regulatory framework in the Republic of Ecuador, including national legislation and international treaties ratified by the state, such as the Paris Convention and the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS); moreover, it evaluates the registration process before the National Intellectual Property Service (SENADI) to identify the requirements, , associated costs and benefits.

The research results showed that trademark registration is a fundamental tool to enhance business competitiveness in the country. In this way, it generates market confidence, facilitates commercial expansion, and contributes to the positioning of companies both nationally and internationally. Therefore, it was concluded that it is essential to promote a culture oriented toward brand protection, which can be achieved through training and incentives that allow entrepreneurs and business owners to effectively safeguard their intangible assets.

**Keywords:** Trademark registration, intellectual property, legal protection, exclusivity, business competitiveness

## INTRODUCCIÓN

En Ecuador, la falta de entendimiento de los propietarios de negocios, y emprendedores, combinada con la falta de aplicación de los Derechos de Propiedad Intelectual, plantea importantes desafíos para el registro de marcas. Aunque el registro de marcas sirve para proteger la exclusividad de las marcas y los signos asociados de productos y servicios dentro del mercado, registrar marcas sigue siendo una práctica ignorada o comprendida por varias empresas, convirtiéndose así en víctima de la imitación, el fraude y la litigación.

Por tanto, se identificó que la escasa afluencia en el proceso de registro de marca es consecuencia de la falta de información y capacitación sobre los beneficios e importancia que tiene este procedimiento para un negocio; sin embargo, es importante hacer hincapié en el pensamiento que la ausencia de medidas que garanticen una adecuada protección a las empresas las coloca en un posible riesgo financiero. La presente situación no solo afecta la reputación corporativa, sino que también minimiza el valor estratégico de la organización, idealmente cuando la competencia empieza a copiar y explotar indebidamente las marcas registradas.

Entonces el escenario expuesto tiene un gran impacto en el desarrollo y expansión de las empresas en el Ecuador. En este sentido, se evidencia los grandes desafíos que el país enfrenta en tema de protección de marca y como consecuencia, se genera una falta de incentivos y ánimos para invertir de forma innovadora, lo cual causa limitación en el desarrollo de nuevas marcas y adicionalmente frena la competitividad empresarial. Además, esta protección pequeña, en el presente contexto, puede extenderse a los consumidores, los cuales tienen la posibilidad riesgosa de ser engañados por la comercialización de productos falsificados o de baja calidad, todo esto debido a los pocos mecanismos de información y control idóneos.

**Situación problemática:** la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador, sobre todo el registro de marcas es clave en la prevención de infracciones comerciales y delitos de competencia. Para esto, se deben buscar y adoptar mecanismos y políticas efectivos para el ejercicio de los derechos de los titulares de marca, con el objetivo de contrarrestar el ejercicio de actos ilícitos. Para el caso, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) tiene una importancia crucial,

pues es la entidad a la cual se le confía la supervisión del control de la marca, así como el respeto de los intereses de todos los entes en la materia.

El avance y control en el proceso de registro de marcas es de suma importancia, y eso es lo que se espera de SENADI como depositario de la confianza para el ejercicio de la seguridad jurídica en el registro y protección de marcas. Estos el control de los documentos físicos y la instalación de software moderno de gestión de documentos sencillos son vitales en la mejora del contrato del servicio.

La prevención de delitos en el Ecuador sobre el ámbito de la propiedad intelectual es uno de estos temas de profundo interés: tanto jurídico como social. En un medio en el que el aumento de corrupción y otros actos contra la ley son de una relevante preocupación, uno de los primeros aspectos que se debe trabajar son los requisitos mínimos que debe cumplir un Registro de Marca y los demás derechos de la propiedad intelectual.

En el Ecuador, el proceso de registro de marcas puede verse afectado por distintas formas de violación a la propiedad intelectual. Las cuales. se encuentran descritas tanto, en la Ley de Propiedad Intelectual como en la Ley Orgánica Integral Penal; normas que sirven de base para clasificar, y comprender cada infracción. Con este marco, la investigación no se limita solo a describir los problemas; sino que busca también plantear estrategias que prevengan su aparición, y, cuando no sea posible evitarla, ofrecer mecanismos que permitan una respuesta oportuna y efectiva.

### **Formulación del Problema Científico:**

El estudio surge de la necesidad de observar cómo se aplican, en la práctica, los marcos legales que regulan la propiedad intelectual en Ecuador, centrándose en el registro de marcas como principal eje. Se busca, poder responder a una pregunta clave: ¿qué tan importante es este registro y cómo incide en la protección efectiva de los derechos? A partir de ello, se plantea la posibilidad de introducir cambios, que hagan más ágil el proceso como: trámites menos complejos, reducción de costos y la creación de incentivos que animen, sobre todo a las Pymes, a formalizar sus marcas. Con el presente análisis, se espera obtener una visión clara de los desafíos actuales, y, proponer caminos que fortalezcan la gestión; y el resguardo de la propiedad intelectual.

## **Determinación del objeto de estudio de la investigación:**

El objeto de estudio se centra en poder identificar infracciones, derechos vulnerados y consecuencias derivadas del registro de marcas en Ecuador; mediante el análisis de estos elementos, se busca proponer medidas de protección que fortalezcan la seguridad jurídica, y por consiguiente promuevan un entorno de respeto, hacia la propiedad intelectual.

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo general**

- Analizar la relevancia del registro de marcas en el país y su impacto en la protección de los derechos de propiedad intelectual, considerando cómo este procedimiento puede aportar a la seguridad jurídica y a la consolidación de un sistema más eficiente y confiable.

### **Objetivos específicos**

- Reconocer los beneficios, que el registro de marcas ofrece a las empresas, considerando aspectos como: la exclusividad, la protección jurídica y la diferenciación; frente a la competencia en el mercado nacional.
- Analizar de qué manera el registro marcario influye en la competitividad y el crecimiento de las empresas ecuatorianas, tomando en cuenta factores internos y externos que inciden en este proceso.
- Diseñar una propuesta normativa orientada a optimizar los trámites, y costos relacionados con el registro, incorporando incentivos que fomenten la participación de las PYMES, en la protección formal de sus marcas.

### **Formulación de idea a defender**

Dentro del marco legal ecuatoriano, se reconocen diversas infracciones a la propiedad intelectual; entre las cuales se encuentra: la falsificación de marcas, el fraude en los procesos de registro, y otras prácticas ilícitas, que ponen en riesgo la transparencia, y legitimidad del sistema. Estas conductas, no solo afectan directamente a los titulares de los derechos, sino que también, generan un entorno de competencia desleal; y además limitan el crecimiento económico, al limitar la innovación y la inversión en el país.

## **Población y la muestra seleccionada**

La población de esta investigación estuvo integrada por diversos actores vinculados al sistema de propiedad intelectual en el Ecuador. Estos grupos fueron seleccionados por su relación directa, o indirecta, con el registro y la protección de marcas.

- **Empresarios y emprendedores:** Este grupo abarca desde grandes empresas, hasta pequeñas, y medianas empresas (PYMES), así como emprendedores individuales, de diversos sectores económicos y ubicaciones geográficas.
- **Profesionales del derecho especialistas en el tema de propiedad intelectual:** Se sumó a la investigación abogados, que ejercen su profesión en firmas legales; así como aquello que ofrecen asesoría de manera independiente en este ámbito.
- **Funcionarios de instituciones que son responsables del registro de marcas:** Comprende al personal del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, SENADI, y de otras entidades con funciones similares a la gestión y protección de marcas.
- **Academia e investigadores:** Se incluye al claustro de profesores universitarios, investigadores de centros de investigación, y experimentados en el tema de propiedad intelectual, que realizan estudios y publicaciones sobre el tema.
- **Consumidores:** Es el grupo más importante, ya que, son quienes mantienen una relación directa con los productos y servicios identificados por una marca; la confianza que depositan en dichos bienes, y la percepción que desarrollan sobre ellos, influyen de forma notable en su valoración; y en el reconocimiento que logran alcanzar en el mercado. Comprender cómo se forma esta percepción resulta esencial para dimensionar la importancia de la propiedad intelectual en la dinámica comercial.

## **Métodos científicos**

La metodología de esta investigación adopta un enfoque mixto, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas. Esta integración permitirá obtener una comprensión más profunda y completa del problema de estudio. Para analizar la importancia del registro de marca y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador,

se aplicaron métodos de investigación como el análisis, la síntesis y los razonamientos inductivo y deductivo. A través de entrevistas con expertos en el campo, se evidenció que el marco legal y las regulaciones actuales presentan insuficiencias en la protección efectiva de los derechos de propiedad intelectual. Esto subraya la necesidad de una mayor colaboración interinstitucional para robustecer los mecanismos de registro, prevención y control, fomentando así un entorno más seguro y favorable para la innovación y el desarrollo empresarial en el país

Los capítulos de esta investigación se organizarán siguiendo una estructura que destaca los elementos esenciales de cada sección:

Capítulo 1: En este capítulo se detalla el Marco Teórico de la investigación, donde se estableció el contexto histórico y teórico de la propiedad intelectual en el estado ecuatoriano, además, se definieron las funciones y los desafíos relacionados con el registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual. Por último, se identificaron las normas pertinentes y las definiciones básicas relacionadas al registro de marcas, para una mejor comprensión del tema.

Capítulo 2: Se desarrolla el Marco Metodológico donde se detalla la aplicación de la metodología mixta en la investigación, para lo cual se combina la investigación documental en conjunto con la investigación de campo. Los métodos de investigación se utilizaron como el análisis, la síntesis, y los razonamientos inductivo y deductivo. Además, se realizaron entrevistas a personas expertas, sobre el tema de propiedad intelectual, en la ciudad de Quito.

Capítulo 3: La investigación finaliza con el Análisis de Resultados y Propuesta; donde se analizaron las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas, lo cual ha revelado las deficiencias en los mecanismos de supervisión, y regulación de la propiedad intelectual. Se destacó la necesidad de mejorar la capacitación continua en los procesos y la ética profesional en el ámbito de la propiedad intelectual.

Entonces, se propuso un proceso que tiene como objetivo el fortalecer el resguardo de los derechos de propiedad intelectual en el Ecuador que se fundamenta en un Protocolo de Buenas Prácticas en Registro y Protección de la Propiedad Intelectual; mientras, en lo que respecta a las conclusiones y recomendaciones, se logró llegar al cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación. Por otra parte, se consideró la necesidad de que instituciones públicas y privadas como la

Universidad Metropolitana y el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, SENADI, implementen medidas orientadas a identificar y corregir las deficiencias para poder solucionarlas de manera efectiva.

Es por esta razón que, se plantea la elaboración de un protocolo interno, el cual establezca lineamientos claros y precisos; sobre las buenas prácticas en el registro y la protección de la propiedad intelectual. Este instrumento tiene como objetivo estar diseñado para fortalecer la confiabilidad de los procesos y optimizar su eficiencia; asimismo, se propone que integre mecanismos específicos, con el propósito de salvaguardar los activos intangibles obtenidos dentro de cada institución, de esta forma se está asegurando su adecuada preservación y gestión.

Por último, se propuso el desarrollo e inicio de alianzas estratégicas entre las diversas organizaciones e instituciones ecuatorianas, con el objetivo de promover la transferencia de conocimientos y de esta forma facilitar la comercialización y distribución de los resultados obtenidos a través de las investigaciones protegidas por derechos de propiedad intelectual.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

El capítulo inicial establece el marco investigativo del estudio, presentando los antecedentes y definiendo los conceptos clave, con el fin de clarificar el tema central mediante la identificación precisa de las variables analizadas.

### 1.1 Antecedentes de la investigación

La propiedad intelectual abarca las creaciones del intelecto humano, incluyendo desde innovaciones técnicas hasta obras artísticas y literarias, así como los distintivos comerciales como símbolos, nombres e imágenes. Reconociendo la importancia de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, amparada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), establece que la protección de las creaciones como un derecho fundamental, asignando a cada estado la responsabilidad de defender los mismos. A nivel mundial, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), una agencia especializada de la ONU desde 1967 se dedica a incentivar un sistema de propiedad intelectual internacional, tomando en cuenta el principio de la accesibilidad y equidad. Este sistema tiene como objetivo recompensar la creatividad, impulsar la innovación y promover el desarrollo económico, siempre y cuando haya equilibrio con el interés público. Como miembro de la OMPI, el Ecuador es beneficiario de los beneficios y derechos otorgados a los estados miembros, y a la vez, se compromete a cumplir con los acuerdos establecidos. (Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, s.f.)

El registro de marcas en el Ecuador, constituye un pilar fundamental para la protección de la propiedad intelectual, y se reconoce como una acción estratégica para el desarrollo de la economía, y de esta manera lograr el fortalecimiento de la competitividad, entre empresas; aunque, existe un marco normativo estable; los cuales están presente en el **Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e innovación – Código Ingenios** – vigentes desde año 2016, el cual mantienen desafíos relacionados a la aplicación efectiva de la normativa, y con la comprensión del impacto dentro del entorno empresarial nacional.

Siguiendo con el análisis bibliográfico realizado, se puede evidenciar que, hay pocos estudios que examinen, de manera específica y objetiva; la relación entre el

registro de marcas, y el fortalecimiento de la protección de la propiedad intelectual, dentro del contexto actual ecuatoriano. Esta falta de información limita la generación de estrategias efectivas; para mejorar el sistema y promover una cultura de registro más sólida y accesible.

Entonces, surge la necesidad de investigar cómo el amparo del Código Ingenios para la acción de registro de marcas contribuye a la protección efectiva de la propiedad intelectual en el país, específicamente, se busca determinar si el marco legal vigente en el país garantiza la legalidad y exclusividad de las marcas en el mercado, si impulsa la innovación y sobre todo sí fomenta un entorno de negocios seguro y predecible para la inversión extranjera. Además, se puede notar que, a pesar de los beneficios evidentes del registro de marcas, hay una brecha entre la normativa y su aplicación práctica. Por lo tanto, la presente investigación propone analizar profundamente la importancia del registro de marcas en el Ecuador, con la finalidad de identificar los desafíos y oportunidades.

Por otro lado, se logró identificar la existencia de trabajos académicos, que tratan aspectos vinculados con la propiedad intelectual, y, el registro de marcas. Más, sin embargo, dichos estudios dan enfoques, y objetivos diferentes a los de la presente investigación, la cual se orienta específicamente, al análisis del fortalecimiento de la protección de la propiedad intelectual, a través del registro de marcas, considerando el marco legal vigente en el Ecuador.

Se aborda la importancia de la propiedad intelectual como el motor de desarrollo social y humanos, incluyendo diversas creaciones. Se resalta el papel estratégico en un mundo globalizados, especialmente en el contexto del registro de marcas en el país. Hay una necesidad de investigación centrada en fortalecer todo lo relacionada a la protección de marcas dentro del marco legal ecuatoriano, a causa de la falta de estudios previos específicos.

Luego de llevar a cabo una búsqueda exhaustiva en la biblioteca de la Facultad de Derecho de la Universidad Metropolitana del Ecuador. En la cual, no se identificaron estudios que desarrollen de manera directa y comparable la temática propuesta. El presente hallazgo subraya la originalidad y la necesidad de la propiedad intelectual, uno de los pilares fundamentales para el desarrollo humano, lo cual abarca un conjunto diverso de creaciones, desde las innovaciones técnicas que impulsan el

progreso científico y tecnológico, hasta las obras de artes y literarias que enriquecen y guardan la cultura y el patrimonio de una sociedad, adicionando los distintivos comerciales que construyen la identidad de las marcas, la propiedad intelectual protege el fruto del ingenio y la creatividad humana.

Entonces el registro de marcas, y la protección de la propiedad intelectual; constituyen elementos esenciales dentro del contexto ecuatoriano, porque permiten garantizar la seguridad jurídica, proteger los activos empresariales y creativos; así como promover la innovación. Esta perspectiva muestra que la protección de marcas, no solo se limita a resguardar seguramente los derechos de los titulares, sino que también fomenta la competencia leal, y la transparencia en las relaciones comerciales.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Marcas**

Una marca es mucho más que un simple nombre o logo es la combinación de elementos (nombre, término, símbolo, diseño) que tiene un propósito fundamental: identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos claramente de la competencia. En esencia, una marca dota a un producto o servicio de dimensiones únicas que lo distinguen de otros que buscan satisfacer la misma necesidad. Estas diferencias pueden manifestarse de varias formas: (Kotler & Keller Lane, 2012).

Según él (Codigo Organico de la Economia Social de los Conocimientos, 2016) en su Art. 359 dice que: “Una marca es cualquier signo que tenga la capacidad de diferenciar productos o servicios en el mercado. Además, para poder registrarse como marca, este signo debe ser susceptible de representación gráfica”.

La marca es una construcción estratégicamente planificada y gestionada. Su lenguaje, con el que dialoga con los públicos, es esencialmente emocional y simbólico. Así, la marca es un sistema de cosas, objetos y acciones, y al mismo tiempo, un sistema de símbolos: sensaciones, relaciones, imágenes, signos, relatos. Elementos todos ellos portadores de significados (Costa, 2012).

Las marcas se han convertido en elementos cruciales para la identidad y la interacción social del ser humano contemporáneo, permitiéndole tanto reafirmarse

individualmente como establecer conexiones y distancias con otros. A través de ellas, las personas construyen y proyectan su identidad, encuentran afinidad con grupos que comparten sus intereses y marcan diferencias con aquellos que consideran distintos, convirtiéndose así en herramientas fundamentales para la construcción de la identidad personal y colectiva en la sociedad actual (Hoyos Ballesteros, 2016).

En este contexto, el marketing y el branding emergen como disciplinas clave para gestionar el posicionamiento de la marca y satisfacer las necesidades del mercado de manera rentable, Así, la marca se consolida como un elemento fundamental en la estrategia de marketing, sugiriendo que las empresas deben orientarse tanto al mercado como a la marca (Kotler & Keller Lane, 2012).

Entonces, la creación de una marca trasciende la simple invención de nombres sin conexión, con el mercado objetivo; en realidad, antes de definir el *namings*, es importante comprender a fondo: el entorno competitivo, el público meta, la promesa de la marca y los atributos deseados. El estudio "Top of Mind" de Advance Consultora, realizado a 8.130 ecuatorianos, de 16 a 64 años, revela que las marcas líderes en el ranking general, donde compiten 200 marcas; son: CNT, La Favorita, Samsung, Sony y Coca-Cola. Este estudio fue publicado en la revista Vistazo, en agosto de 2019, además, también destaca líderes en otros sectores: De Prati, Etafashion y Marathon Sports, en ropa y calzado; mientras que, Nestlé, Atún Real, La Favorita, Oriental y Sumesa en alimentos; y, por último, Coca-Cola, Pilsener, Pepsi, Gatorade y Dassani en bebidas. Estas marcas líderes, desempeñan un papel fundamental en el mercado ecuatoriano; fortaleciendo lazos con sus clientes, en entorno cada vez más competitivo. La capacidad que tiene, para poder sobresalir y generar confianza influye en la decisión de compra de las personas, de esta manera, afianzando la fidelización de los clientes, lo cual eclipsa la importancia de la relación calidad – precio de los productos. (Solorzano & Parrales, 2021).

Aunque el desarrollo de marca es esencial para el posicionamiento del producto en el mercado, la industria tardó en reconocer la importancia, priorizando la producción. El interés por la inversión en marcas se intensificó tras la adquisición de Kraft por Philip Morris en 1988, por 12.600 millones de USD, lo cual evidencia el valor intangible de la marca. Este suceso, transformo la realidad de la publicidad; reconociendo este fenómeno, como una inversión en el valor de la marca. La venta de Kraft empezó un cambio de paradigma, impulsando a las empresas a concentrarse

en el desarrollo, y posicionamiento de la marca; para posteriormente, a externalizar la producción, manteniendo la gestión de la marca; como elemento estratégico central (Hoyos Ballesteros, 2016).

Además de las clásicas definiciones, que resaltan la diferenciación y el valor intangible, la marca, en la era contemporánea; se establece como un ecosistema dinámico, de significados y experiencias. La capacidad que tiene la marca para conectar emocionalmente con la audiencia objetiva, trascendiendo la actividad comercial; se ha vuelto un objetivo importante de las empresas. Las marcas líderes, como las evidencias en el estudio ecuatoriano, no solo dominan el mercado nacional, sino que, también se arraigan en la cultura local, desarrollado relaciones que desafía la lógica estrictamente racional del consumidor. En este camino la gestión de la marca se asemeja a la tutela de la narrativa, vida donde cada interacción, mensaje y experiencia, contribuye a la construcción de un relato; que se quede en la memoria y corazón del público. Por lo tanto, el éxito de una marca también radica en su habilidad para crear una red de significados, que, a su vez, genera una identidad colectiva entre la marca y sus consumidores.

### **1.2.2. Entidad de la marca**

La identidad de marca se refiere al conjunto de asociaciones que una empresa busca establecer y mantener en la mente de sus consumidores a lo largo del tiempo. Esta identidad representa la esencia de la marca y la promesa que la organización hace a sus clientes. Además, se considera que la identidad abarca todos los activos asociados al nombre y símbolo de la marca, los cuales añaden valor a un producto o servicio tanto para la empresa como para sus clientes (Saltos Cruz, León Saltos, & González Garces, 2017)

### **1.2.3. Posicionamiento de marca**

El posicionamiento se establece como un componente fundamental de la identidad de marca, actuando como el eje central desde el cual se originan los mensajes y la interacción comunicativa con los consumidores.

Entonces, el concepto de posicionamiento se relaciona con la ventaja competitiva que una marca, puede alcanzar con relación a otras; de esta forma estableciendo tanto el propósito comunicativo, como la definición del público objetivo; con frecuencia, este término es interpretado de manera imprecisa; llegando a

confundirse con elementos, como la cuota de mercado. El reconocimiento de marca o imagen pública, sin embargo, su significado correcto lo ubica, como un concepto fundamentalmente comunicativo.

Actualmente, el posicionamiento es entendido como una estrategia, que otorga a la marca una ventaja frente a la competencia en el mercado; esta no se limita solo a la percepción del consumidor, tal como plantean Ries y Trout en su publicación Posicionamiento, sino que también se ha extendido, a las comunicaciones de marketing, la publicidad incluida, todo esto con el fin de asegurar que la marca alcance y mantenga una posición sólida, y diferenciada en el mercado (Solorzano & Parrales, 2021)

El posicionamiento de una marca trasciende la ocupación sólida en el mercado, es una declaración de intenciones que guía cada interacción y mensaje hacia la audiencia. Se consolida como el pilar de la identidad de marca, a la acción de definir no solo el mensaje, sino también se selecciona quien o quienes son los receptores de este, estudiando cómo se desarrolla esa conexión, construyendo una fidelidad duradera con el consumidor.

#### **1.2.4. Prohibiciones absolutas al registro de marca según la COESCCI**

En el (Codigo Organico de la Economia Social de los Conocimientos, 2016) en el Art. 360, nos indica que:

- 1.- No puedan constituir marca conforme
- 2.- Carezcan de distintividad;
- 3.- Consistan exclusivamente en formas usuales de los productos o de sus envases, o en formas o características impuestas por la naturaleza o la función de dicho producto o del servicio de que se trate;
- 4.- Consistan exclusivamente en formas u otros elementos que den una ventaja funcional o técnica al producto o al servicio al cual se aplican;
- 5.- Consistan exclusivamente en un signo o indicación que pueda servir en el comercio para describir la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción u otros datos, características o informaciones de los productos o de los servicios para los cuales ha de usarse dicho signo o indicación, incluidas las expresiones laudatorias referidas a esos productos o servicios;

- 6.- Consistan exclusivamente en un signo o indicación que sea el nombre genérico o técnico del producto o servicio de que se trate;
- 7.- Consistan exclusivamente o se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio de que se trate en el lenguaje corriente o en la usanza del país;
- 8.- Consistan en un color aisladamente considerado, sin que se encuentre delimitado por una forma específica;
- 9.- Puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate;
- 10.- Reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes, cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o implicase un aprovechamiento injusto de su notoriedad;
- 11.- Contengan una denominación de origen protegida para vinos y bebidas espirituosas;
- 12.- Reproduzcan o imiten, sin permiso de las autoridades competentes, bien sea como marcas, bien como elementos de las referidas marcas, el nombre, los escudos de armas, banderas y emblemas de los Estados y toda imitación desde el punto de vista heráldico, así como los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de cualquier organización internacional. Sin embargo, podrán registrarse estos signos cuando no induzcan a confusión sobre la existencia de un vínculo entre el solicitante y el estado u organización de que se trate;
- 13.- Reproduzcan o imiten, sin permiso de las autoridades competentes, bien sea como marcas, bien como elementos de las referidas marcas, los signos, sellos o punzones oficiales de control o de garantía adoptados por los Estados cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación;
- 14.- Reproduzcan o imiten el nombre del Estado, los gobiernos locales o sus símbolos oficiales, así como los nombres, siglas y símbolos oficiales de las instituciones, organismos y entidades públicas, o los signos que constituyan marca país, salvo que su registro se solicite por la autoridad competente;
- 15.- Reproduzcan o imiten signos de conformidad con normas técnicas, a menos que su registro sea solicitado por el organismo nacional competente en normas y calidades del país;

16.- Reproduzcan monedas o billetes de curso legal en el territorio del país, o de cualquier país, títulos valores y otros documentos mercantiles, sellos, estampillas, timbres o especies fiscales en general;

17.- Reproduzcan, imiten o contengan la denominación de una variedad vegetal protegida en el país o en el extranjero, si el signo se destinara a productos o servicios relativos a esa variedad o su uso fuere susceptible de causar confusión o asociación con la variedad;

18.- Sean contrarios a la ley, a la moral, al orden público o a las buenas costumbres; o,

19.- Contengan la denominación de una especialidad tradicional garantizada protegida. Los signos mencionados en los numerales 2, 5, 7 y 8 que no sean intrínsecamente capaces de distinguir los productos o servicios pertinentes podrán registrarse como marca cuando hubieren adquirido aptitud distintiva por efecto de su uso constante en el país para identificar los productos o servicios del solicitante o su causante de conformidad con lo previsto en el reglamento respectivo. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2016)

Considerando estos impedimentos para el registro de marcas, mi opinión es que buscan asegurar la claridad, la distintividad y la legalidad en el mercado, evitando registros que puedan generar confusión en los consumidores, describir de forma genérica los productos o servicios, otorgar ventajas competitivas indebidas, infringir derechos de propiedad intelectual preexistentes (como denominaciones de origen o variedades vegetales protegidas), o atentar contra el orden público y las buenas costumbres; sin embargo, se contempla la posibilidad de registrar signos inicialmente carentes de distintividad intrínseca si logran demostrar una distintividad adquirida a través del uso constante en el mercado.

No obstante, la apertura a la distintividad adquirida reconoce la dinámica del mercado y la capacidad de los signos para volverse distintivos a través de la interacción continua con los consumidores

### **1.2.5. Tipos de posicionamiento de marca**

Según estos autores (Solorzano & Parrales, 2021) en su detallada investigación publicada en la prestigiosa revista Espacios, exploraron en profundidad las diversas estrategias de posicionamiento de marca empleadas por empresas en distintos sectores. Su estudio, con un análisis exhaustivo de casos prácticos, destaca cómo la

selección de una estrategia adecuada, que considere tanto los atributos del producto como las necesidades del público objetivo, puede influir significativamente en la percepción que el consumidor tiene de una marca.

Con el objetivo de ofrecer una visión clara y estructurada, la siguiente tabla detalla las estrategias de posicionamiento de marca más relevantes:

Tabla 1. Estrategias de posicionamiento de marca

<b>Estrategia</b>	<b>Aplicación</b>
Posicionamiento por aplicación o uso	Se trata de posicionarnos como los mejores en base a usos o aplicaciones determinadas. Un ejemplo podría ser la bebida energética Monster, la cual se consume en momentos de necesidad energética, normalmente después de practicar un deporte. Lo destacable es la manera en que el producto o servicio puede ser usado por el consumidor.
Posicionamiento por usuario	Pretende una identificación de los consumidores con la marca y parte de un conocimiento profundo del mercado objetivo.
Posicionamiento por competencia	Compara nuestras ventajas y atributos con las marcas de la competencia. Afirmamos que somos mejor en algún sentido en relación con el competidor. En muchos anuncios Oral B se compara en aspectos de calidad frente a "otros dentífricos ". Detalla las ventajas que te diferencian de tus competidores.
Posicionamiento por precio y calidad	Basamos la estrategia en la relación calidad-precio. La empresa trata de ofrecer la mayor cantidad de beneficios a un precio razonable. También hay empresas que se posicionan únicamente por precio como es el caso de Rolex en precios altos o Swatch en precios bajos. Se enfoca en estos dos atributos de tu marca que pueden transmitir un mensaje de ahorro o de exclusividad.
Posicionamiento por estilo de vida	Busca explotar lo que sabes de los intereses, necesidades y comportamientos de tus Consumidores. La posición

	de un producto es la forma en la que los consumidores definen los productos con base en sus atributos importantes; el lugar que el producto ocupa en la mente de los consumidores.
--	--

Fuente: Tomado de (Solorzano & Parrales, 2021)

La Tabla 1 presenta cinco estrategias de posicionamiento de marca, cada una diseñada para influir en la percepción del consumidor a través de enfoques distintos. Estas estrategias incluyen: el posicionamiento por aplicación o uso, que resalta la funcionalidad del producto en situaciones específicas; el posicionamiento por usuario, que busca conectar con un segmento de mercado mediante un profundo conocimiento del público objetivo; el posicionamiento por competencia, que destaca las ventajas comparativas frente a rivales; el posicionamiento por precio y calidad, que gestiona la percepción del valor; y el posicionamiento por estilo de vida, que busca conectar con los valores y aspiraciones del consumidor.

La investigación de (Solorzano & Parrales, 2021), nos ofrece unas bases sólidas sobre los diversos tipos de posicionamiento de marca, pero, es importante reconocer que la efectividad de cada estrategia depende en gran medida del contexto del mercado, y de la autenticidad con la que se implementa. Por ejemplo, el 'posicionamiento por estilo de vida', puede ser poderoso, pero además requiere una comprensión profunda de las aspiraciones, y valores del público objetivo, y una ejecución que resuene genuinamente con ellos; en un mercado saturado de mensajes, la clave no reside simplemente en elegir la estrategia 'correcta'; sino en construir un concepto de marca coherente, y auténtica, que conecte emocionalmente con el consumidor, diferenciándose de la competencia de manera significativa.

### **1.2.6. Notoriedad de Marca**

La notoriedad de una marca se refiere a la capacidad de los consumidores para reconocer o recordar el nombre de dicha marca dentro de una categoría de productos específica. Este concepto, fundamentado en el modelo de red de memoria asociativa subraya que la fuerza de una marca en la memoria del consumidor es fundamental, manifestándose en la habilidad de este para identificar la marca bajo diversas circunstancias. En este sentido, la publicidad juega un papel esencial en la construcción del valor de la marca, ya que facilita el reconocimiento por parte de los consumidores en múltiples situaciones (Solorzano & Parrales, 2021).

La notoriedad de marca trasciende la simple capacidad de reconocimiento o recuerdo. Es un activo intangible estratégico que representa la resonancia de una marca en la mente y el corazón del consumidor.

### **1.2.7. Lealtad de la marca**

(Solorzano & Parrales, 2021) indican que la fidelidad es un reflejo de la conexión que existe entre el cliente y la marca. Es un activo estratégico que, si se gestiona adecuadamente, puede generar importantes beneficios para las organizaciones. Una base leal es una enorme ventaja competitiva. La fidelidad se consigue a través de cuatro elementos: la calidad de los bienes y servicios, los programas de servicio al cliente, los programas de CRM (gestión de las relaciones con los clientes) y, por último, los programas de fidelización.

La lealtad de marca, como bien señalan Solorzano y Parrales, es un reflejo de la conexión profunda entre el cliente y la marca. Sin embargo, en el contexto ecuatoriano, esta conexión se fortalece y protege a través del derecho de propiedad intelectual. Este derecho no solo salvaguarda los activos intangibles de una marca, sino que también fomenta la confianza y la distinción en un mercado cada vez más competitivo

### **1.2.8. Definición y alcance de la propiedad intelectual.**

. La propiedad intelectual, abarca una amplia gama de creaciones mentales, la cual va desde expresiones artísticas hasta innovaciones tecnológicas; incluyendo marcas comerciales y sistemas; entonces, la propiedad intelectual (PI) abarca un espectro diverso de actividades, y juega un papel fundamental, tanto en el ámbito cultural como en el económico. La importancia se muestra en las leyes que respaldan los derechos de PI; la normativa de PI es compleja, ya que existen leyes específicas para cada tipo de PI, así como regulaciones que varían entre países, regiones y el ámbito internacional. Esta investigación define los principales derechos de PI y explica su protección legal; además, presenta la labor de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el organismo de las Naciones Unidas encargado de promover la innovación y la creatividad a través de la PI. En una sociedad cada vez más digitalizada, la protección de la propiedad intelectual se ha convertido en la principal característica para incentivar la innovación y el desarrollo económico sostenible (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021).

La propiedad intelectual (PI) es concebida como un ecosistema dinámico que va más allá de un simple conjunto de derechos legales. Su función principal es impulsar la innovación, la creatividad y el desarrollo sostenible en la era digital. Al salvaguardar las creaciones del intelecto humano, la PI fomenta un ambiente propicio para que las ideas florezcan, se compartan y se transformen en bienes y servicios que benefician a toda la sociedad.

### 1.2.8.1 Tipos de Propiedad Intelectual

Según la (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021) La propiedad intelectual engloba los derechos legales que protegen las creaciones y obras intelectuales, otorgando a sus creadores o titulares el control y la exclusividad sobre su uso y explotación, los principales tipos de propiedad intelectual son:

1. **Derechos de autor:** Son los que se encargan de la protección de obras literarias, y artísticas originales; como: libros, piezas musicales, películas, pinturas, esculturas, fotografías y programas computacionales. Estos lineamientos conceden al creador, el control exclusivo sobre la reproducción, distribución, exhibición y adaptación de sus productos; frecuentemente durante toda su vida y por un periodo adicional posterior a su deceso, según la legislación ecuatoriana vigente.
2. **Patentes:** Se definen como las que ofrecen protección a invenciones, y descubrimientos de carácter técnico; que pueden contener productos, procesos, métodos o mejoras significativa; el dueño o titular de la patente obtiene el derecho exclusivo de fabricar, utilizar, y comercializar la invención durante un tiempo limitado; por lo contrario, es obligatorio revelar públicamente la información necesaria, para que el invento sea comprendida y evaluada.
3. **Marcas registradas:** Son las que se orientan a la protección de signos distintivos que identifican productos o servicios, en el mercado, tales como eslogan, logotipos, nombres, colores, sonidos o combinaciones de estos elementos. El registro, concede al titular el derecho exclusivo, de uso en relación con los productos o servicios correspondientes; impidiendo que terceros hagan uso de signos similares, que puedan inducir a error o confusión entre los consumidores.

4. **Diseños industriales:** Son las que protegen la apariencia estética, y ornamental de un producto; incluyendo características visuales, como la forma, el color, la textura o la composición de líneas o colores; otorgan al titular el derecho exclusivo, de utilizar y comercializar el diseño durante un período determinado, que varía según el país.
5. **Secretos Comerciales:** Los secretos comerciales consisten en información confidencial con valor comercial, derivado de su carácter reservado y utilidad económica. Esto, puede incluir fórmulas, métodos, procesos, recetas, algoritmos, estrategias de negocio u otra información no divulgada; en la protección de los secretos comerciales, se garantiza, mediante acuerdos de confidencialidad y medidas de seguridad diseñadas para mantener la información en estricta reserva.

Finalmente, los tipos de propiedad intelectual, sujetos a protección son diversos; en el caso del registro de marcas, la supervisión recae en el Servicio Nacional de Derecho Intelectual, el cual es el encargada de brindar protección a los titulares de marcas. A través de este organismo regulador, una vez registrada, una marca queda protegida en el territorio nacional, asegurando así la identificación exclusiva de sus productos y servicios.

#### **1.2.9. Derechos de propiedad y la economía en el mercado.**

En esencia, la economía capitalista se define por ser una economía de mercado que se cimienta en los derechos de propiedad. Estos derechos son muy importantes porque de ellos surge y se expande el sector privado, que es el motor vital del capitalismo y, por ende, del mercado. Así, existe una conexión intrínseca entre la economía capitalista, la economía de mercado, el sector privado y los derechos de propiedad (Echeverri Echeverri & Franco Montoya, 2010)

La ausencia de estos derechos limitaría severamente la capacidad de los individuos para poseer y gestionar activos, lo que a su vez obstaculizaría la inversión y la innovación, elementos cruciales para el dinamismo capitalista. Por lo tanto, se establece una conexión intrínseca e inquebrantable entre la capacidad de poseer, el desarrollo del sector privado y el funcionamiento de la economía capitalista y de mercado.

### **1.2.10. La marca en el ordenamiento jurídico ecuatoriano**

Según (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021) dice que:

Se pueden utilizar todo tipo de signos como marcas: palabras, letras, números, símbolos, colores, imágenes, signos tridimensionales como formas y envases, hologramas, sonidos, incluso sabores y olores.

Para poder ser registrada, el principio básico es que una marca debe ser distintiva, por lo que no puede ser solo una descripción genérica del producto o servicio. Tampoco puede ser idéntica (o muy similar) a una marca ya registrada o utilizada para ese tipo de producto o servicio.

Las marcas no se utilizan únicamente para identificar los productos y servicios de una empresa en particular. También existen marcas colectivas, cada una de ellas propiedad de una asociación y utilizadas por sus miembros (p.12).

En el marco jurídico ecuatoriano, la marca trasciende su función de simple identificador comercial para convertirse en un activo complejo y multifacético; el gran campo que abarca el registro de marca va desde elementos tradicionales como palabras y logotipos, hasta innovaciones como sonidos y olores; lo cual refleja, la adaptación del sistema legal a la diversidad del mercado moderno. Pero, esta flexibilidad; se equilibra con el principio fundamental de distintividad, el cual, asegura la claridad y la competencia leal en el mercado. La protección de marcas colectivas se considera como la que ayuda a reconocer la importancia de las asociaciones, y su papel principal en la promoción, de productos. y servicios con identidades compartidas; en este contexto, el ordenamiento jurídico ecuatoriano no solo protege los derechos de los titulares de marcas, sino que también fomenta un entorno de confianza y transparencia para los consumidores.

### **1.2.11. Tipos de Marca**

A continuación, se describirán los diferentes tipos de marcas existentes, categorizados según su naturaleza y elementos distintivos. Esta clasificación permitirá comprender la diversidad de estrategias de identificación y diferenciación que las empresas emplean en el mercado. La marca, como elemento central de la identidad corporativa, adopta múltiples formas para conectar con el público y transmitir valores.

Tabla 2. Tipos de marca

TIPOS DE MARCA	OBSERVACIÓN	EJEMPLO
Las palabras o combinación de palabras	Una marca denominativa, o verbal utiliza exclusivamente palabras o letras para identificar un producto o servicio, sin incluir elementos gráficos	Google es un ejemplo de marca denominativa, utilizando exclusivamente su nombre sin elementos gráficos distintivos."
Las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos	La marca gráfica utiliza elementos visuales como imágenes, logotipos y símbolos, así como sonidos y olores, para distinguir un producto o servicio en el mercado, siendo más compleja que una marca denominativa.	Existen varios ejemplos que pueden encontrar un tipo de marca gráfica, y que son reconocidos en el mercado únicamente por sus imágenes, símbolos, gráficos, etc. Nike; Mc Donald's; Apple, etc.
Los sonidos y los olores	Este tipo de marca se encuentra compuesto por dos elementos, con relación a los sonidos se debe tomar en cuenta que está conformada por aquella que utiliza un sonido distintivo como elemento principal de identificación de un producto o servicio; y el elemento de los olores puede ser identificado por un aroma distintivo como parte de su identidad de marca.	Puede considerarse como ejemplo desde el ámbito de los sonidos: la armonía sonora característica de inicio de la empresa Intel o Microsoft. Por otro lado, con relación a los olores y aromas podemos mencionar varias empresas de cuidado personal y perfumes como: Lush, Hugo Boss, Lacoste, Chanel, etc.
Las letras y los números	Las marcas alfanuméricas o mixtas son aquellas que combinan letras y números, ya sea de forma independiente o interdependiente. La presente característica, permite ser reconocida fácilmente en el mercado.	Las marcas alfanuméricas, son útiles para transmitir mensajes claros, y fáciles de recordar. Varios ejemplos de esto es IBM y 7-Eleven, las cuales muestran, cómo estas marcas, se asocian directamente con la empresa y su propósito.
Un color delimitado por una forma, o, una combinación de colores	Este estilo de marca se distingue por el uso de un color específico, o, una combinación de colores, útiles para identificar, y diferenciar un producto, o servicio en el mercado. Esta estrategia facilita el reconocimiento, y la aceptación por parte de los consumidores.	El uso de colores distintivo puede pertenecer, a una marca registrada, poderosa, un ejemplo es "Tiffany Blue", de la joyería Tiffany & Co., que le otorga una distinción inmediata, en el mercado, y el "Coca-Cola Red", de la empresa transnacional Coca-Cola, tiene un característico rojo brillante, ampliamente reconocido, que permite una asociación directa, e inmediata con la marca y sus productos.

Fuente: (Santafé Santana, 2023)

Como se puede ver en la tabla 2 las marcas adoptan diversas formas para distinguirse en el mercado: desde las denominativas, que se basan exclusivamente en palabras como "Google", hasta las gráficas, que emplean imágenes y logotipos como Nike o Apple, y las alfanuméricas, que combinan letras y números para facilitar el reconocimiento, como IBM o 7-Eleven. Además, existen marcas sonoras y olfativas, que utilizan sonidos distintivos como el de Intel o aromas característicos como los de Lush o Chanel, y marcas de color, que emplean un color específico o una combinación de colores, como el "Tiffany Blue" o el "Coca-Cola Red", para crear una identidad única y memorable.

Como se puede observar, las marcas son las bases fundamentales de la identidad corporativa; se clasifican en diversas categorías, según su naturaleza y elementos distintivos; además, las marcas denominativas como: "Google"; se basan exclusivamente en palabras o letras; mientras que, las marcas gráficas, como: "swoosh" de Nike, o la manzana de Apple, se utilizan elementos visuales como imágenes. Adicionalmente, existen marcas sonoras, como la melodía de inicio de Intel, y marcas olfativas, por ejemplo, los aromas distintivos de Lush o Chanel, también las marcas alfanuméricas iguales a IBM y 7-Eleven, las cuales combinan letras y números, y por último las marcas de color, como el "Tiffany Blue" o el "Coca-Cola Red", donde utilizan colores específicos para diferenciarse. Esta diversidad, de tipos de marca refleja las variadas estrategias, empleadas por las empresas para construir su identidad, y conectar con su público objetivo

#### **1.2.12. La diversidad de los regímenes nacionales en materia de marcas**

Las normativas nacionales de marcas presentan diferencias significativas, tanto a nivel global como específicamente en el Ecuador. En los países como los Estados Unidos, el derecho de protección de una marca se obtiene principalmente mediante su uso efectivo en la identificación de productos o servicios. Este sistema, conocido como 'basado en el uso', demanda que la marca posea un carácter distintivo; ya sea intrínseco (como en el caso de las marcas de fantasía, creadas sin significado previo) o adquirido (a través del 'significado secundario', donde el público asocia la marca con un producto o servicio específico). Esta característica distintiva, ya sea inherente o adquirida; es crucial para evitar la confusión en el mercado, y para que los consumidores puedan identificar claramente el origen de los productos o servicios; además, la prueba del uso continuo, y efectivo de la marca es fundamental para

mantener la protección en los Estados Unidos; lo cual refleja la importancia de la actividad comercial en este sistema. La falta de uso puede concluir en la pérdida de los derechos de marca. (Moura Vicente, 2010).

Por el contrario, la mayoría de los sistemas legales en Europa continental; incluido el ecuatoriano, conceden el derecho de marca a través del registro oficial. Ese sistema, 'basado en el registro', prioriza la certeza y la seguridad jurídica, ya que el registro confiere un derecho constitutivo sobre la marca. En el Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), es la entidad encargada de regular y gestionar el registro de marcas, mediante el seguimiento de los lineamientos de la Ley de Propiedad Intelectual. Las diferencias, no se limitan a la adquisición de derechos, sino que también se contiene la definición de infracción de los derechos de marca; en Estados Unidos, para determinar si un acto constituye una infracción, requiere una evaluación caso por caso; considerando factores como la probabilidad de confusión entre marcas. En Europa, y en muchos casos en el Ecuador; la reproducción no autorizada de una marca registrada, para productos o servicios idénticos, se considera automáticamente una infracción; otorgando una protección absoluta a la marca. Esta protección es estricta y busca proteger la exclusividad y el valor de las marcas registradas (Moura Vicente, 2010).

Para concluir, la diferencia en los regímenes nacionales de marcas entre Estados Unidos, Ecuador y Europa radica principalmente en la adquisición y protección de derechos. Por un lado, mientras que Estados Unidos adopta un sistema 'basado en el uso', donde la protección se consolida mediante el uso efectivo y distintivo de la marca; Ecuador y la mayoría de Europa continental, se rigen por un sistema 'basado en el registro'; el cual prioriza la certeza jurídica a través del registro oficial. Estas discrepancias, no solo impactan la manera en que las empresas adquieren y defienden sus marcas, sino que, también moldean las estrategias de mercado, y la percepción de los consumidores sobre la exclusividad y autenticidad de los productos y servicios, por tanto, el presente contraste, se extiende a la definición de infracción; siendo más estricta en Ecuador/Europa, donde la reproducción no autorizada de una marca registrada, se considera automáticamente una infracción.

### **1.2.13. Procedimientos y requisitos para el registro de marcas en Ecuador**

De acuerdo al (Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2017) el Registro de Marca en Ecuador se lo puede realizar con los siguientes pasos:

#### **I. Creación del Casillero Virtual (SENADI)**

1. Acceso al Senadi:
  - Ingresar a la página web oficial: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
2. Navegación:
  - Seleccionar "Programas/Servicios".
  - Elegir la opción "Casillero Virtual".
3. Registro:
  - Completar el formulario con los datos requeridos (cédula para personas naturales, RUC para jurídicas).
4. Credenciales:
  - Recibir usuario, contraseña y enlace de activación en el correo electrónico.
  - Cambiar la contraseña a través del enlace proporcionado.

#### **II. Pago de Tasas y Búsqueda Fonética**

5. Acceso a Solicitudes en Línea:
  - Regresar a la página principal del Senadi.
  - Ingresar a "Solicitudes en Línea" con las credenciales obtenidas.
6. Generación de Comprobante (Búsqueda Fonética):
  - Ir a "pagos" > "trámites no en línea" > "generar comprobante".
  - Llenar el formulario con el código de la tasa (1.1.10).
  - Generar e imprimir el comprobante.
7. Pago de la Tasa (Búsqueda Fonética):
  - Realizar el pago de \$16,00 en el Banco del Pacífico (presencial o en línea).
  - Escanear los comprobantes de pago (Senadi y Banco).
8. Solicitud de Búsqueda Fonética:
  - Enviar los comprobantes escaneados y el nombre exacto de la marca a [dirección de correo electrónico eliminada].

- Recibir el informe de búsqueda en el correo electrónico.

### III. Solicitud de Registro de Marca

#### 9. Verificación de Disponibilidad:

- Asegurarse de que la marca no esté registrada ni en trámite.

#### 10. Solicitud en Línea:

- Ingresar a "Solicitudes en Línea" con su usuario y contraseña.
- Seleccionar "registro" > "solicitud de signos distintivos".
- Completar el formulario con los datos de la marca.
- Guardar y revisar la vista previa.

#### 11. Generación de Comprobante (Registro de Marca):

- Generar el comprobante de pago de \$208,00.

#### 12. Pago de la Tasa (Registro de Marca):

- Realizar el pago en el Banco del Pacífico.

#### 13. Inicio del Proceso:

- Iniciar el proceso de registro en línea.

### Información Adicional Relevante

- Pagos: Se realizan dos pagos: uno para la búsqueda fonética (\$16,00) y otro para el registro de la marca (\$208,00).
- Banco: Los pagos se efectúan en el Banco del Pacífico.
- Clasificación de Niza: Es un sistema internacional para clasificar productos y servicios (buscar en línea).
- Asesoría Legal: No es obligatorio contar con un abogado.
- Tiempo de Registro: El proceso toma de cinco a seis meses.
- Tipos de Marcas y Otros Signos Distintivos:
  - Marca de Certificación: \$400,00 (protección por 10 años).
  - Marca Tridimensional: \$1.002,00 (protección por 10 años).
  - Nombre Comercial: \$208,00 (protección por 10 años).
  - Lema Comercial: \$208,00 (protección por 10 años).
  - Denominación de Origen: Sin costo.
- Renovación de Marca:
  - Costo: \$208,00.

- Plazo: Seis meses antes o después del vencimiento (10 años).
- El proceso para la renovación es muy similar al proceso de registro de la marca, iniciando desde la creación del casillero virtual.
- Beneficios del Registro: Uso exclusivo, protección legal, acciones contra infractores, licencias, franquicias, etc.

El proceso de registro de marcas en Ecuador, regulado por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), implica una serie de pasos secuenciales que garantizan la protección legal de la propiedad intelectual. Inicialmente, se requiere la creación de un casillero virtual en la plataforma del SENADI, seguida por la realización de una búsqueda fonética para verificar la disponibilidad de la marca, lo cual conlleva el pago de una tasa. Posteriormente, se procede con la solicitud formal de registro, que también implica el pago de una tasa específica, y la presentación de la documentación requerida. Este procedimiento, que puede extenderse de cinco a seis meses, otorga al titular el derecho exclusivo de uso de la marca, brindando protección legal y la posibilidad de emprender acciones contra infractores, además de facilitar la concesión de licencias y franquicias

#### **1.2.14. Derechos de la Marca Registrada**

El derecho a elegir marca se refiere a la opción que tiene el empresario (productor, fabricante, comerciante, prestador de servicios) de seleccionar el tipo de signo distintivo con el cual presentará su oferta a los consumidores. La creación del signo marcario puede ser realizada por quien planea utilizarlo, o por un tercero por encargo, ya que la legislación no exige que se sea el "inventor" del signo a utilizar. Asimismo, la marca elegida debe ser acorde con el producto o servicio prestado, cuidando ante todo no dañar o afectar determinados bienes sociales o culturales relacionados con la moral o la ética (Plazas Estepa, 2012)

De lo anterior se deduce que los derechos de la marca registrada se bifurcan en dos postulados fundamentales: el primero, la aprobación legal del uso de la marca por su registrante, y el segundo, la prohibición de su uso por terceros. Registrar la marca brinda al propietario la cobertura legal para el uso exclusivo de la misma. De esta manera, se evita que terceros se beneficien a través del plagio de marca o que hagan un uso inadecuado de esta, lo que podría tener como consecuencia la afectación en el prestigio de la marca.

## **1.2.15. Beneficios del Registro de Marcas**

### **1.2.15.1. Beneficios del Registro de Marcas en Colombia**

(Erazo Gómez, 2022) indica que un estudio realizado en Colombia revela los beneficios del registro de marca, destacando los siguientes a nivel social y económico:

- La marca registrada puede convertirse en un valioso activo intangible. Por tanto, permite que quien la registra sea el único comercializador del producto o servicio que ofrece la organización, logrando de esta manera que el target (público objetivo) reconozca la marca entre muchas existentes, en el mercado.
- De todas las características, más representativa del registro de marca, se destaca la confianza que genera, la impresión de legalidad que evidencia, a través de este trámite.
- Facilita significativamente, el acceso a financiación, porque, la propiedad intelectual, al ser valorada como un activo intangible, se puede utilizar como una sólida garantía, para obtener créditos bancarios.
- Como beneficio económico, del registro de marca, se cuenta con un descuento, en el registro para jóvenes entre 18 y 28 años; quienes solo pagan un 7%, del valor de la tasa de registro.
- En general, los beneficios que se generan a futuro por el buen nombre son: el posicionamiento en el mercado, la experiencia que ofrece a los stakeholders, la calidad en el servicio o producto que se entrega, buenas relaciones entre la organización y sus colaboradores (y, por ende, estabilidad laboral), innovación, mejora continua, formulación de procesos que permitan procesos más productivos, seguros y responsables social y ambientalmente
- Lo anterior permitirá a las empresas identificar y aprovechar nuevas oportunidades de negocio que le permitan a la gerencia generar relaciones en el sector financiero, lo que lleva a mejorar el valor de la sostenibilidad corporativa y generar estabilidad en la sociedad y los mercados (pp. 22).

Además, el registro de marcas, más allá de un solo trámite legal, se erige como una estrategia empresarial de alto valor, otorgando a las empresas una serie de beneficios tanto a nivel social como económico, además, al convertir la marca en un activo intangible protegido; se asegura la exclusividad en el mercado, y de esta forma se fortalece el reconocimiento, y la confianza del público objetivo. Adicionalmente, se sabe que la legalidad conferida por el registro, de esta manera facilita el acceso a financiación, ya que de esta forma se puede utilizar la marca como garantía para créditos; a largo plazo, el registro de marca potencia el posicionamiento en el

mercado, la calidad de los productos o servicios, y las relaciones con los stakeholders, de esta forma puede lograr el generar estabilidad, y adicionalmente abriendo nuevas oportunidades de negocio. En definitiva, el registro de marcas es una inversión estratégica que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad empresarial.

#### **1.2.16. Beneficios del Registro de Marcas en Ecuador**

En un estudio realizado aquí en Ecuador (Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2015) El registro de la marca confiere, entre otros, el derecho del titular a usar, gozar y disponer de la misma; y, adicionalmente el titular de la marca goza del derecho a prohibir por parte de terceros las siguientes actividades:

- El uso en el comercio de signos idénticos o similares para distinguir los mismos productos u otros productos o servicios relacionados; la venta, almacenaje o introducción en el comercio de productos que contengan la marca sin la debida autorización de su titular; la importación o exportación de productos que contengan la marca registrada; emplear la marca registrada en publicidad, publicaciones, documentos comerciales o comunicaciones escritas; y, todo aquel uso que pueda considerarse análogo o asimilable a lo descrito anteriormente.
- Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores; desalentar el uso de la marca por parte de los piratas; proteger la prioridad del registro de la marca en otras naciones; restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos.
- Otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías; derecho de franquiciar el producto o servicio; ceder los derechos sobre la marca a terceros; posibilidad de garantizar un crédito con la marca.
- Al registrar la marca, se convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones, llega a convertirse en el activo más valioso de una empresa.

Entonces, el registro de marcas en Ecuador; al igual que en Colombia, se revela como una estrategia empresarial robusta, que sobrepasa la formalidad legal para convertirse en un pilar del crecimiento, y la protección empresarial. Al momento de conferir derechos exclusivos de uso; el registro blindo a las empresas contra la competencia desleal, y la piratería, permitiéndoles construir y salvaguardar su

reputación, y mantener el valor de mercado. Este activo intangible, reconocido en ambos países como uno de los más valiosos, facilita el acceso a financiación y abre puertas a oportunidades de negocio a través de licencias y franquicias. Además, el registro fortalece el posicionamiento en el mercado, mejora el reconocimiento de la marca y robustece

### **1.2.16.1. Beneficios de la Propiedad Intelectual para Ecuador**

La protección de la propiedad intelectual es fundamental para el desarrollo económico de Ecuador. Al fomentar la innovación, la competitividad, la generación de empleo y el comercio internacional, se crea un entorno propicio para el crecimiento sostenible. A continuación, se detallan los beneficios clave:

#### 1. Fomento a la Innovación:

- La protección de patentes y derechos de autor incentiva la inversión en investigación y desarrollo.
- Al garantizar que los creadores se beneficien de su trabajo, se impulsa la creación de nuevos productos y servicios.
- Este entorno favorece la mejora continua, esencial para la economía nacional en un mercado global competitivo.

#### 2. Competitividad y Creación de Valor:

- Las marcas y patentes permiten a las empresas diferenciarse, posicionándose como líderes en su sector.
- Las marcas registradas son activos valiosos que incrementan el valor de la empresa, tanto a nivel nacional como internacional.
- Esta diferenciación se traduce en mayor cuota de mercado, precios competitivos y lealtad del cliente.

#### 3. Generación de Empleo:

- La propiedad intelectual impulsa industrias clave como tecnología, moda, entretenimiento y música.
- Estos sectores generan numerosos empleos directos e indirectos.
- Al proteger las creaciones, se fomenta la inversión y el crecimiento económico.

#### 4. Impulso al Comercio Internacional:

- La protección de la propiedad intelectual es crucial para la participación de Ecuador en mercados internacionales.
- Las empresas ecuatorianas con marcas y patentes registradas tienen mayores oportunidades de exportación y presencia global, Esto facilita la negociación de acuerdos comerciales internacionales.

Resulta fundamental, que la normativa ecuatoriana pueda mantenerse alineada con los estándares internacionales, entonces, con el propósito de poder generar un entorno confiable que ayude, con la atracción de inversión extranjera (Ecija, 2024). La propiedad intelectual, se configura como una base fundamental, para un buen desarrollo socioeconómico; ya que impulsa la innovación, fortalece la competitividad y por último promueve la expansión comercial.

De esta manera, la protección de creaciones y marcas, contribuye a establecer un escenario adecuado, para la inversión extranjera para los campos de investigación y desarrollo, lo que, de forma indirecta, logra estimular la generación de empleo, en sectores estratégicos, entre los cuales, está la tecnología, la industria creativa, y el entretenimiento. De igual forma, la diferenciación lograda a través del registro de marcas, y patentes, se permite que la empresas ecuatorianas, consoliden su posición en el mercado internacional, lo cual facilita la participación en el comercio exterior y la negociación de acuerdos favorables.

Entonces, la armonización de las normas, y las regulaciones relacionadas a la propiedad intelectual se vuelve un requisito indispensable para fortalecer la confianza, de las empresas, y de esta forma garantizar condiciones que fomenten la inversión extranjera. Para lo cual, se contribuye a la construcción de un crecimiento económico sostenible, que beneficie al país en su totalidad.

#### **1.2.17. Protección de las marcas**

La acción de protección de una marca, se asegura principalmente, mediante su registro. Una vez concedido el registro, el titular adquiere el derecho exclusivo de controlar su uso; esto implica la facultad de utilizarla como identidad de sus productos o servicios; así como la posibilidad de otorgar licencias, o venderla a terceros. En caso de infracción, el dueño de la marca registrada, puede iniciar acciones legales ante el tribunal nacional competente. De igual manera, se puede presentar impugnaciones legales; si un tercero alega que su marca es demasiado similar a una

ya existente. El proceso de registro, requiere la presentación de una reproducción de la marca ante la oficina correspondiente; junto con una lista detallada de los productos o servicios a los que se aplicará. La marca debe ser distintiva, no entrar en conflicto con otras marcas, no ser engañosa ni contraria al orden público o la moral, además, el registro de la marca contribuye a la construcción de un activo intangible valioso para la empresa, que puede ser utilizado como garantía o para atraer inversiones (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021).

Entonces, la protección de marcas; fundamentada en el registro oficial, otorga al propietario un conjunto de derechos exclusivos, que trascienden la mera identificación de productos o servicios. Ese registro, no solo confiere la capacidad de controlar el uso de la marca, permitiendo la concesión de licencias, y la venta a terceros, sino que, también establece un escudo legal contra infracciones; facultando al titular para emprender acciones legales.

Por otro lado, el proceso de registro, aunque riguroso en sus requisitos de distintividad y claridad; se traduce en la creación de un activo intangible de incalculable valor, que da fuerza a la posición de la empresa en el mercado, y además facilita la atracción de inversiones. En última instancia, la protección de marcas se erige como un pilar estratégico que salvaguarda la identidad y el patrimonio empresarial en un entorno competitivo

#### **1.2.17.1. Protección nacional, regional e internacional**

Como afirma (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021):

La mayoría de las normas de propiedad intelectual, la protección de las marcas es territorial. Sin embargo, se han desarrollado sistemas regionales e internacionales para facilitar la obtención de protección de los derechos de marca en muchos países. La OMPI ofrece la posibilidad de efectuar un registro internacional en el marco del Sistema de Madrid. Mediante la presentación de una única solicitud, los usuarios pueden obtener protección para sus marcas en tantos países que se han adherido al Sistema como deseen. También existen herramientas en línea que permiten a los usuarios realizar búsquedas en los registros de marcas y les ayudan a gestionar la renovación de sus marcas en diferentes territorios (p. 15).

Entonces, la protección de marcas, aunque predominantemente territorial, se expande, a través de sistemas regionales e internacionales, de esta manera facilitando la protección de derechos en múltiples jurisdicciones. La Organización

Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), mediante el Sistema de Madrid, permite a los titulares de marcas registradas, obtener protección en diversos países con una única solicitud, de esta forma va simplificando el proceso y reduciendo costos, adicionalmente, las herramientas en línea de la OMPI, agilizan la gestión y renovación de marcas en diferentes territorios, logrando optimizar la administración de la propiedad intelectual a nivel global. Este enfoque integrado, no solo amplía el alcance de la protección, sino que también, minimiza los riesgos de infracción en mercados extranjeros, motivando la confianza y la seguridad jurídica en las operaciones internacionales. La sinergia entre la protección nacional y los sistemas internacionales, ofrece a las empresas un marco sólido, para expandir su presencia en el mercado global, de esta forma asegurando la exclusividad y el reconocimiento de sus marcas.

#### **1.2.17.2. La Protección Nacional Conforme al COESCCI**

Dentro de este marco analítico, la privacidad se erige como un aspecto fundamental en el desarrollo de la investigación científica. La Constitución del Ecuador, en su artículo 66 numeral 4, consagra el derecho a la privacidad y a la protección de datos personales. En consecuencia, toda información personal o sensible de los participantes en una investigación debe mantenerse confidencial y protegida contra accesos no autorizados. Esta inferencia, se alinea directamente con el artículo 67 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos (COESCCI), el cual establece y describe los principios éticos, que rigen la investigación científica. Entre estos principios, destacan el respeto por la dignidad de la vida y la biodiversidad; el consentimiento informado de los participantes, el respeto y la protección de sus derechos, la protección de sus datos personales (incluyendo las excepciones contempladas en el Código Ético Nacional obtenidos durante la investigación); y el respeto hacia los animales, los cuales son utilizados con fines experimentales; como es notable, la normativa constitucional, que se desarrolla de manera exhaustiva en leyes ordinarias y especiales. La ley de carácter general; que regula el tratamiento de datos personales contenidos en cualquier formato, ya sea físico o electrónico, tangible o intangible, es la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (Abad Arévalo , Peñaherrera Toapaxi, & Campos Miño, 2023)

Desde mi perspectiva, se articula con precisión la indiscutible centralidad de la privacidad dentro del engranaje de la investigación científica en Ecuador, se

fundamenta un argumento en el mandato constitucional y desarrollo en leyes como el COESCCI y la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, el texto subraya que la confidencialidad y la protección de la información personal y sensible no son meros formalismos éticos, sino imperativos legales ineludibles. Esta imbricación normativa refleja una comprensión profunda de que el avance del conocimiento debe ir de la mano con el respeto irrestricto a los derechos individuales, estableciendo un marco que busca salvaguardar la dignidad y la autonomía de quienes participan en la construcción del saber científico.

### **1.2.17.3. Protección legal contra el uso indebido**

Cuando se identifica un uso no autorizado de una marca registrada, el propietario legítimo está investido del derecho de emprender acciones legales exhaustivas contra el perpetrador. El presente curso de acción, se caracteriza por incluir la presentación de demandas ante los tribunales competentes; con el objetivo primordial, de lograr la interrupción inmediata de las actividades infractoras; entonces, se busca obtener una compensación económica justa, por los daños y perjuicios sufridos; que pueden abarcar tanto pérdidas financieras directas, como el deterioro de la reputación de la marca. En cualquier caso extremo, se puede llegar a la incautación, y destrucción de los productos o servicios que infringen los derechos de propiedad intelectual. Para poder asegurar la eficacia, y el éxito de la defensa de la marca, es indispensable contar con la guía y el apoyo de abogados especializados en La materia de propiedad intelectual, quienes poseen el conocimiento, y la experiencia necesarios para navegar por el complejo entramado legal y desarrollar estrategias sólidas. (Mancheno Salazar, Mora Velasco, & Rea Saltos, 2024).

Por lo que, la respuesta ante una infracción debe ser ágil y estar resuelta; de forma que se priorice siempre la protección de los intereses, y la integridad de la marca; la pericia, y el conocimiento amplio de los expertos en propiedad intelectual, son los factores fundamentales para superar con éxito estos desafíos legales.

La protección de la marca, es un pilar fundamental para el mantenimiento de su valor, y su posición competitiva en el mercado. Es por esto que las acciones legales emprendidas, en respuesta a una infracción, no deben considerarse como una medida extrema, sino como una inversión esencial; para el mantenimiento de un activo intangible de gran valor (Mancheno Salazar, Mora Velasco, & Rea Saltos, 2024).

Entonces, ante la detección de un uso no autorizado de una marca registrada, el titular legítimo posee múltiples recursos legales para defender su propiedad

intelectual. Este arsenal jurídico, abarca desde: la presentación de demandas para detener las actividades infractoras y obtener compensaciones por daños, hasta la incautación y destrucción de productos infractores en casos extremos. La rapidez de estas acciones, radica en la pericia de abogados especializados en propiedad intelectual, cuya asesoría, es crucial para navegar el complejo panorama legal, y diseñar estrategias robustas. En este contexto, la respuesta ágil y decidida ante una infracción se erige como una inversión esencial para preservar el valor y la competitividad de la marca, consolidando su posición como un activo intangible de inestimable valor.

### **1.2.18. Legislación Nacional (COESCCI)**

En el caso de Ecuador, ya desde la Constitución de 1998 se establecía el reconocimiento de los derechos colectivos de propiedad intelectual de los pueblos indígenas y negros o afroecuatorianos en el Artículo 83, Sección primera:

Art. 83.- Los pueblos indígenas, que se autodefinen como nacionalidades de raíces ancestrales, y los pueblos negros o afroecuatorianos, forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible. (Ecuador, Asamblea Constituyente, 1998)

Asimismo, el artículo 9 de la Ley de Propiedad Intelectual (Derogada) (1998) establecía que las obras tradicionales originarias donde la comunidad portadora se hubiera identificado serían consideradas objeto de derechos colectivos de propiedad. De igual forma, el artículo 377 de la referida Ley de Propiedad Intelectual de 1998 (Derogada), en su Título Final, Disposiciones Generales, sobre los Derechos Colectivos, abría la posibilidad de su regulación al establecer “un sistema sui generis de derechos intelectuales colectivos de las etnias y comunidades locales.” (Ecuador, Congreso Nacional, 1998) se sujetarían a una ley especial que se dictaría para el efecto. Así, una de esas leyes especiales que entró en vigor fue la Ley de los Derechos Colectivos de los Pueblos Negros o Afroecuatorianos, que reconoció el carácter colectivo de este tipo de propiedad intelectual en mayo de 2006 y que estuvo vigente hasta que se promulgó la actual Constitución de la República del Ecuador en el año 2008.

De este modo, la Constitución de la República del Ecuador de 2008, conforme a lo dispuesto en el artículo 321, dice que “El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa,

cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.” (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008). Y es que el tema del territorio siempre ha estado relacionado con los conocimientos tradicionales y los recursos genéticos. Por otra parte, la constitución ecuatoriana actual, en su artículo 322, señala que:

Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008).

Luego, en el artículo 402, establece que: “Se prohíbe el otorgamiento de derechos, incluidos los de propiedad intelectual, sobre productos derivados o sintetizados, obtenidos a partir del conocimiento colectivo asociado a la biodiversidad nacional” (Ecuador, Asamblea Constituyente, 2008). Con estos dos artículos se regula, en el ámbito constitucional, el reconocimiento de la titularidad de los derechos colectivos de propiedad intelectual a favor de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias del Ecuador, según el caso, reconociendo además el carácter comunitario de estos y la imposibilidad de ejercer titularidad individual sobre estos por parte de terceros ajenos a las comunidades.

En Ecuador, tras la expedición del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (COESCCI) en 2016, también conocido como Código Ingenios, se establece el reconocimiento de los conocimientos tradicionales con el afán de protegerlos y generar una distribución equitativa y democrática a partir de su acceso.

(De la Cruz, 2010), al referirse a la objeción cultural, menciona que los pueblos indígenas, al ser titulares, tienen la facultad de oponerse al acceso, modificación o alteración de sus creaciones cuando tales hechos atentan contra su cosmovisión y cultura. Al respecto, el artículo 106 del COESCCI (2016) señala que las creaciones o adaptaciones basadas en las tradiciones y prácticas ancestrales deberán respetar los derechos de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades y los principios básicos de los derechos colectivos, de la siguiente manera:

Las creaciones o adaptaciones basadas en las tradiciones y prácticas ancestrales, expresadas en grupos de individuos que reflejan las expresiones de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, el pueblo

afroecuatoriano y el pueblo montubio, su identidad, sus valores transmitidos oralmente, por imitación o por otros medios, ya sea que utilicen lenguaje literario, música, juegos, mitología, rituales, costumbres, artesanías, arquitectura u otras artes, deberán respetar los derechos de las comunidades de conformidad con la normativa internacional, comunitaria y nacional para la protección de las expresiones en contra de la explotación ilícita, así como los principios básicos de los derechos colectivos (Ecuador, Asamblea Nacional, 2016).

De lo anterior se deduce que la norma condiciona a los autores, en el caso de los derechos de autor y conexos, para que sus obras no afecten los intereses de los pueblos y comunidades indígenas, afroecuatorianos o montubios. En términos del COESCCI (2016), lo que se debe hacer es preservar y perpetuar los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas, procurando su expansión y protegiéndolos de la apropiación comercial ilegítima.

Para llegar a tener un cuerpo normativo como el COESCCI, Ecuador ha pasado por la ratificación de varios Acuerdos y/o Convenios que, en ocasiones, lo que han hecho es dificultar el desarrollo de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas. Tal es el caso del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, conocido por sus siglas en inglés como GATT (General Agreement on Tariffs and Trade), que entró en vigencia el 10 de enero de 1995, el presente acuerdo, dispone que todos los países miembros, deben hacer que sus legislaciones nacionales de propiedad intelectual; puedan ser enlazables con las disposiciones del Acuerdo, sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC); de esta manera obligando a los gobiernos pertenecientes, a proporcionar la protección de variedades de patentes, ya sea mediante patente, o mediante un sistema propio, o una combinación de ambos sistemas.

En el caso ecuatoriano, la legislación de propiedad intelectual, antes de la promulgación del COESCCI, estuvo encaminada al beneficio de los grandes intereses industriales y comerciales. Estos capitalizaron su inversión tanto a nivel nacional como internacional, olvidando, o al menos dejando de lado en ocasiones, los derechos fundamentales de los ciudadanos, pero particularmente vulnerando los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, que debieron haber sido beneficiados y retribuidos por los conocimientos y los recursos existentes en sus territorios.

De esta manera, en la práctica nacional quedaron como simples enunciados las disposiciones jurídicas acerca de que la ciencia debe estar al servicio de la humanidad y no de un pequeño grupo de élite. En la actualidad, hay que destacar que, luego de la expedición del COESCCI en el año 2016, esta situación se intentó revertir, pues el referido cuerpo normativo brinda una aceptable protección en cuanto a conocimientos tradicionales se refiere.

En el artículo 85 de este texto normativo, se reconoce y protege principalmente la propiedad intelectual y los conocimientos tradicionales. Agrega, además, que se reconocen y se protegen los derechos intelectuales en todas sus formas, de modo que enmarca los derechos de autor y derechos conexos, la propiedad industrial y las obtenciones vegetales, lo que implica que se tenga una “adecuada gestión de los conocimientos, con el objetivo de promover el desarrollo científico, tecnológico, artístico y cultural, así como para incentivar la innovación (Pérez Peña & Castro Quishpi, 2023)

Esto se resume en que el sistema jurídico ecuatoriano ha pasado a ser de avanzada al reconocer un sistema de conocimientos diferente, que requiere tener un tratamiento específico en virtud de que los conocimientos tradicionales son conocimientos autónomos que aportan al efectivo goce de los derechos fundamentales de la sociedad.

#### **1.2.19. Vigencia del registro de marcas**

Según en el Art. 420 del COESCCI del 2016 “La vigencia del registro de nombre comercial, tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse, previa prueba de uso, por períodos sucesivos de diez años” (Ecuador, Asamblea Nacional, 2016)

Una vez, que una marca ha sido registrada por la autoridad competente; su propietario goza de derechos exclusivos durante diez años completos, el cual se cuenta desde la fecha de concesión, todo esto conforme a la legislación ecuatoriana y la normativa de la Comunidad Andina; este derecho es válido, incluso si el propietario no utiliza activamente la marca en el mercado. La protección comienza al finalizar el proceso de registro; con la emisión del título de propiedad; y se extiende por el período legal establecido, independientemente del uso comercial de la marca. Pero, se aconseja al propietario utilizar la marca, ya que terceros con interés legítimo

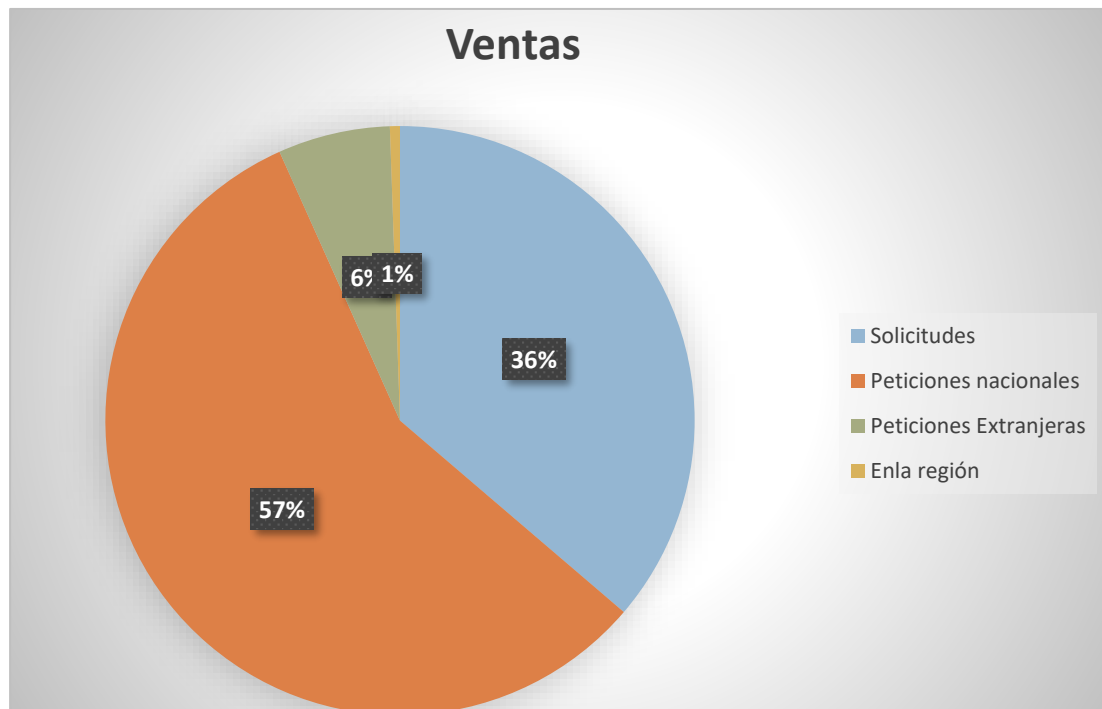
pueden solicitar la cancelación del registro si demuestran la falta de uso injustificada de la misma (Villacreses Valle, 2010).

Como se puede observar en el apartado anterior el registro de marcas en Ecuador otorga a su titular un derecho exclusivo de diez años, un período durante el cual la protección legal se mantiene independientemente del uso activo de la marca en el mercado. Sin embargo, esta aparente seguridad no exime al propietario de la responsabilidad de utilizar su marca, ya que la legislación permite la cancelación del registro por falta de uso injustificado. En este contexto, el registro se establece como una garantía inicial, pero el uso continuo y estratégico de la marca se convierte en un imperativo para salvaguardar su vigencia y valor a largo plazo.

#### **1.2.20. Propiedad intelectual en cifras**

En los últimos años, Ecuador ha podido experimentar un progreso significativo en ciertas áreas de la propiedad intelectual. Más sin embargo, aún existen desafíos a comparación con otras naciones de la región, y a nivel global. En lo que respecta a las patentes, Ecuador ha podido aumentar posiciones a nivel mundial; alcanzando el puesto 60 gracias al notable aumento del 33,3% en el número de solicitudes. Las peticiones nacionales han crecido un 51,9%, sumando un total de 41; mientras que las extranjeras han aumentado un 5,6%. En el contexto latinoamericano y caribeño, Ecuador se ubica en la posición 12 del ranking, con una participación del 0,5%, en la región. Pero no obstante, el país aún se encuentra rezagado, en cuanto a solicitudes por habitante y en relación con su Producto Interno Bruto (PIB), ocupando los puestos 88 y 94, respectivamente.

Gráfico 1. Avances y Retos de Ecuador en la Propiedad Intelectual: Perspectivas en el Ámbito de las Patentes



Fuente: (Ecija, 2024)

Como se puede ver en la figura 1 el sistema de patentes ecuatoriano ha observado un incremento en las solicitudes internacionales a través del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), duplicando su cifra hasta llegar a 12 solicitudes y situándose en el puesto 72 a nivel mundial. Sin embargo, solo el 9,8% de las solicitudes de patentes han sido presentadas por mujeres inventoras, lo que evidencia una desigualdad de género en el ámbito de la innovación. En cuanto a la concesión de patentes, Ecuador ha otorgado 67 nuevas patentes, lo que representa un aumento del 63,4% en comparación con períodos anteriores (Ecija, 2024).

### 1.3. Propuestas

#### 1.3.1. Simplificación de Trámites para el Registro de Marcas en Pymes

La denominada "Simplificación de Trámites para el Registro de Marcas en Pymes" se refiere, al conjunto de acciones y estrategias que son destinadas a optimizar para hacer más accesibles los procesos administrativos, que las pequeñas y medianas empresas deben seguir, para registrar sus marcas. Esto significa la reducción de los procesos burocráticos, la digitalización de los procesos, la eliminación de costos innecesarios, y la creación de mecanismos que de alguna

manera faciliten y agilicen el acceso a la protección de la propiedad intelectual. (Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2017)

Desde la presente perspectiva, la simplificación de trámites para el registro de marcas en Pymes es un paso fundamental para democratizar el acceso a la protección de la propiedad intelectual. Al eliminar los procesos burocráticos, y lograr la necesaria reducción de costos, se incentiva un entorno, donde las pequeñas y medianas empresas pueden proteger sus activos intangibles; de esta forma impulsar su competitividad y contribuir al desarrollo económico del país, por lo cual, la digitalización, la estandarización y la creación de ventanillas únicas, son herramientas clave para lograr este objetivo, pudiendo lograr que las Pymes se centren en la innovación y el crecimiento, en vez de verse abrumadas por procesos administrativos complejos y costosos. Además, la implementación de incentivos específicos, como subsidios parciales para el registro, asesoría legal accesible y programas de capacitación la importancia de la propiedad intelectual, complementaría esta simplificación, creando un ecosistema aún más favorable para que las Pymes protejan sus marcas.

### **1.3.2. Propuesta de Digitalización y Optimización de Procesos**

La implementación de una propuesta de digitalización y optimización de procesos se presenta como una estrategia esencial para facilitar el registro de marcas por parte de las Pymes. Esta iniciativa implica la transformación de trámites tradicionales, a plataformas en línea; lo cual no solo agiliza los procedimientos, sino que, también reduce significativamente los tiempos de espera, y los costos asociados. La digitalización, logra la creación de un sistema más transparente y eficiente; donde las Pymes pueden acceder a información clara y precisa, sobre los requisitos y el estado de sus solicitudes, adicionalmente, la optimización de procesos, contiene la revisión y simplificación de los pasos necesarios para el registro, de esta forma se planea eliminar redundancias y barreras innecesarias. Al adoptar estas medidas, se fomenta un entorno más accesible y favorable, para que las Pymes protejan sus activos intangibles y fortalezcan su posición en el mercado. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2021).

Desde este punto, la propuesta de digitalización y optimización de procesos; no es simplemente una mejora administrativa, sino que también es una

transformación estratégica, que puede nivelar el campo de juego para las Pymes, ya que al incluir tecnologías, y simplificar los trámites, se está invirtiendo en la capacidad de estas empresas para innovar, y competir en un mercado globalizado. Esto no solo reduce la carga burocrática, sino que también fomenta una cultura de transparencia y eficiencia.

### **1.3.3. Proponer un sistema efectivo de incentivos que fomente activamente la protección de su propiedad intelectual**

Proponer un sistema efectivo de incentivos, implica el diseño y planteamiento de un conjunto de medidas estratégicas y recursos —económicos, técnicos, legales e informativos—, orientados a motivar y facilitar que las pequeñas y medianas empresas (PYMES), protejan de manera activa sus creaciones intelectuales, entre las cuales están las marcas, patentes, diseños industriales y derechos de autor. De este modo, se busca superar las barreras, y desafíos que estas empresas; enfrentan al registrar y defender sus derechos de propiedad intelectual, promoviendo con ello la innovación, la competitividad y el crecimiento económico.

Asimismo, este sistema puede contemplar la creación de alianzas estratégicas, entre entidades públicas y privadas; que permitan ofrecer servicios especializados en propiedad intelectual a costos accesibles. En este contexto, invertir en la protección de las creaciones de las PYMES, representa una estrategia para fortalecer el tejido empresarial nacional; y sentar las bases de un futuro más innovador y competitivo.

Por otra parte, la diversidad de recursos planteados; reconoce que las necesidades y limitaciones que enfrentan estas empresas, son de naturaleza multifactorial. Un enfoque integral de este tipo, aumenta la probabilidad de generar un impacto significativo y sostenible, tanto en la consolidación de la propiedad intelectual como en el desarrollo económico del país.

## **1.4. Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI)**

A continuación, se presenta una imagen con las ubicaciones de las oficinas de la SENADI en Ecuador:

Gráfico 2. Ubicaciones de la SENADI en el territorio ecuatoriano



Fuente: (Ecuador, Servicio Nacional de derechos intelectuales, 2024)

## CAPITULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Diseño de la estrategia investigativa

En el presente capítulo se desarrolla de manera absoluta la metodología de investigación empleada para comprender la trascendental importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador. Se abordará de forma analítica el tipo de investigación que fue aplicada, además, se hará una descripción detallada de las técnicas e instrumentos utilizados, para la recolección de información, así mismo, se abordará y explicará la aplicación de los procedimientos sistemáticos para el procesamiento y análisis de los datos recolectados. Es fundamental hacer énfasis, en que el análisis central de este estudio, se enfoca en el alcance del registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el ámbito ecuatoriano; desde esta perspectiva más amplia, se busca aclarar ¿cómo estos elementos impactan en la economía, la innovación y la competitividad del país?

Se espera que los hallazgos obtenidos de esta investigación puedan contribuir significativamente al entendimiento del rol que desempeña el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), como la entidad rectora, en la promoción, protección y defensa de estos derechos de autor fundamentales en el Ecuador. Se realizará una exploración de cómo el SENADI, a través de sus políticas y acciones, fomenta una cultura de respeto, por la propiedad intelectual, y, además facilita el registro de marcas, el cual es usado como un mecanismo importante para el desarrollo empresarial, y la protección de la creatividad. Asimismo, se hará un análisis profundo de la importancia que tiene el cumplimiento adecuado del derecho de propiedad intelectual, el cual sirve para atraer inversión, estimular la innovación y fortalecer el tejido productivo del país.

Entonces, para seguir la metodología desarrollada en esta investigación se necesitó la identificación de la población, la cual debe cumplir con características necesarias e importantes. Una vez encontradas estas características, se armaron grupos de estudio representativos de la población analizada. De igual forma, se detallan los instrumentos de medición usados para la obtención de datos cuantitativos, los cuales son usados para las investigaciones de corte cuantitativo, o,

para el caso de la investigación de corte cualitativo, se presentarán las guías de entrevista.

Para aplicar el proceso de recolección de datos o información representativos para el presente trabajo, se tomó en cuenta los principios éticos académicos, entonces, para la búsqueda de información teórica y conceptual, se utilizaron fuentes confiables y apropiadas para la investigación, de esta forma se respalda de forma verídica la perspectiva personal, y de esta forma poder crear argumentos lógicos, que tengan fundamento y coherencia. De igual forma, se tomó en cuenta el consentimiento informado, la cual es una acción muy importante para el ajuste de la información, lo cual fue netamente necesario, ya que se usaron entrevistas presenciales, mediante las cuales se obtuvieron datos relevantes.

De igual forma, se contempló las posibles limitaciones de la investigación, en relación, con los temas especificados dentro del alcance de estudio; es por esto que el desarrollo de la metodología de investigación se establece con una base sólida para el desarrollo y análisis de la investigación, lo cual fortalece la confiabilidad y la veracidad de los resultados obtenidos.

En consecuencia, en esta sección se presentaron de forma concisa, con algunos aspectos generales de la metodología empleada en el estudio. Con la finalidad de establecer la organización previamente mencionada, resultó necesario el detallar la estructura metodológica utilizada, la cual se describe a continuación en la siguiente figura:

Gráfico 3. Estructura metodológica de la investigación



En la figura 3, se presenta de manera visual el diseño, y el flujo del proceso investigativo llevado a cabo. Como se puede observar, una estructura jerárquica, o secuencial que detalla las diferentes etapas, métodos y enfoques que se llevaron a cabo para responder a la pregunta de investigación, y alcanzar los objetivos planteados. El método de investigación está encaminado a un enfoque científico, lo que significa que se requiere la aplicación de métodos sistemáticos, y rigurosos para la recolección y análisis de datos. Para lograr un análisis más profundo, es necesario examinar los nodos y las conexiones específicas dentro del diagrama, para poder identificar las fases concretas de la investigación, como: 1) la revisión bibliográfica, 2) la recolección de datos, el análisis y otros; además la metodología específica que utilizó.

Sin embargo, la comprensión completa de la solidez y pertinencia de este diseño requiere un análisis detallado de la interconexión entre las etapas específicas que componen el flujo, así como la explicitación de las técnicas de recolección y análisis de datos que se aplicarán en cada fase para asegurar una coherencia lógica y una efectiva respuesta a la pregunta de investigación a continuación podemos ver los métodos de investigación:

### **2.1.1. Métodos de investigación**

En la actualidad, la extensa oferta de métodos, técnicas e instrumentos de investigación, enmarcados en una diversidad de paradigmas y enfoques filosóficos, representa un desafío significativo para quienes se inician en la investigación (Bernal Torres, 2010).

Desde mi perspectiva la clave radica en comprender que la elección no debe basarse en la popularidad o complejidad de una técnica, sino en la coherencia epistemológica con la pregunta de investigación y la naturaleza del fenómeno estudiado. Un criterio sólido implica priorizar la claridad conceptual y la justificación teórica por encima de la pura aplicación de herramientas sofisticadas, asegurando así que la metodología elegida sirva eficazmente al propósito de la investigación y no se convierta en un fin en sí misma.

#### **2.1.1.1. Método científico**

(Bernal Torres, 2010) señala que “en un sentido amplio, el método científico apunta al conjunto de procedimientos que, utilizando las herramientas y técnicas

apropiadas, analiza y da solución a una problemática o conjunto de interrogantes investigativas”. El concepto que desarrolla Bernal Torres, sobre el método científico sienta las bases para abordar el tema de la presente información de manera rigurosa y completa.

Entonces, se puede decir que la investigación científica aborda la problemática de una forma fundamental, con el objetivo de aclarar la trascendencia del registro de marcas, y la protección de la propiedad intelectual en el contexto socioeconómico, y legal del Ecuador, lo que naturalmente genera interrogantes claves para entender el impacto y la relevancia para el país.

### **2.1.2 Tipos de investigación**

La investigación se concibe como un proceso metódico que integra técnicas de observación rigurosas y principios lógicos de razonamiento y predicción. Tiene como propósito fundamental, la obtención de información sólidamente sustentada ya sea a través de marcos teóricos establecidos o evidencia empírica, con el fin de comprender, verificar, refinar o aplicar el conocimiento existente. (Sanca Tinta, 2011).

Para poder responder la pregunta de investigación sobre la importancia del registro de marca y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador, se aplicará la investigación de tipo documental, ya que esta la misma se fundamenta en el desarrollo de un exhaustivo análisis de diversas fuentes documentales y bibliográficas, donde se está incluyendo la legislación ecuatoriana, entre otras, la constitución, leyes de propiedad intelectual, y reglamentos, además se tomará en cuenta tratados internacionales ratificados por el Ecuador y otros materiales o documentos pertinentes al tema que se investigó.

Aunque la investigación se desarrolla mediante un enfoque documental, será complementada estratégicamente con elementos que ofrece la investigación de campo, lo cual incluye la realización de estudios de caso para poder analizar de manera minuciosa situaciones específicas relacionadas con el registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador. Entonces, es necesario emplear técnicas de recolección de datos primarios como entrevistas claves a actores con conocimiento sobre el tema abordado. Además de hacer una síntesis de la documentación específica de los casos. Entonces, la relación de datos estará

enfocados a un grupo de abogados con conocimientos sobre registro de marca y propiedad intelectual.

Entonces es correcto decir que, la investigación se fundamenta de la información que preexiste en fuentes documentales para establecer el marco legal, teórico y contextual que traten o mencionen la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador, aunque, existe la posible incorporación de elementos de investigación de campo por medio de estudios de casos que permitan un enriquecimiento en el análisis con perspectivas prácticas y ejemplos concretos de la realidad del país. De esta forma se proporciona una visión más completa y fundamentada sobre el tema.

### **2.1.2.1 Investigación cualitativa**

(Cueto Urbina, 2020) la investigación cualitativa por definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable. La presente investigación se sustenta en una metodología cualitativa, la cual busca desde criterios teóricos, esclarecer e interpretar, los conceptos jurídicos y legales; y de esta forma esclarecer las diversas cuestiones inherentes a la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual.

El presente enfoque se centra, en la descripción detallada de las diferentes circunstancias y la primordial fundamentación del fenómeno que se estudia; el cual puede manifestarse en diferentes dimensiones, tanto desde aspectos sociales y profesionales, hasta los culturales; es por esto por lo que se requiere un entendimiento completo y contextualizado.

Entonces, la elección de una metodología cualitativa se da, porque permite hacer una exploración de las funciones e implicaciones, adicionando las posibles interacciones y dinámicas que sean originarias del contexto actual. Lo cual demanda una aproximación metodológica, que sea capaz de integrar los conocimientos, experiencias y opiniones de los sujetos de la muestra sacada, además de la obtención de información a través de las entrevistas y las diferentes técnicas.

### **2.1.2.2. Investigación cuantitativa**

Este enfoque investigativo posibilita la valoración de la información a través de métodos científicos y cuantificables, empleando herramientas estadísticas. Además,

requiere la identificación de una conexión discernible, entre los componentes del estudio, así mismo, como la capacidad de definir claramente el origen y la trayectoria del problema investigado (Sanca Tinta, 2011).

Continuando, el contenido describe un enfoque cuantitativo de investigación, ya que se caracteriza, por la evaluación numérica y estadística de datos, además, la identificación de relaciones causales, y la aplicación de metodologías descriptivas, analíticas y experimentales. Entonces, aunque la investigación sobre la importancia del registro de marcas y la propiedad intelectual en Ecuador, puede tener una dimensión cuantitativa importante, y beneficiarse de este enfoque para poder comprender las percepciones y los beneficios contextuales, el aplicar un enfoque cuantitativo, el cual fue descrito anteriormente, permite que la investigación pueda evaluar numéricamente el impacto, medir conocimiento, analizar tendencia y sobre todo, evaluar la efectividad de políticas vigentes. De esta forma se podrá proporcionar una perspectiva complementaria, la cual está basada, en los datos concretos, sobre la relevancia, de estos aspectos para la economía, y, el desarrollo del país.

Finalmente, la elección de utilizar este enfoque y combinarlo con el enfoque cualitativo, depende de los objetivos específicos de la investigación y las variables que se deban evaluar para poder responder la pregunta de investigación.

### **2.1.2.3. Investigación Documental**

El método de investigación documental se emplea principalmente en los estudios cualitativos. Este enfoque implica un acercamiento indirecto a la realidad, basándose en fuentes secundarias. Por lo tanto, se accede a datos disponibles en fuentes escritas o visuales, generados previamente por individuos, investigadores o instituciones con diversos propósitos (Sánchez Huarcaya et al., 2020).

La investigación documental resulta ser un pilar fundamental para poder comprender, la importancia, del registro de marcas, y el derecho de propiedad intelectual en el país. Entonces, dado que, la información encontrada para su análisis como leyes, jurisprudencia, doctrina y registros públicos, se clasifican como fuentes de información secundaria. De esta forma, se podrá ejecutar, una revisión íntegra y sistemática de los documentos, los cuales permiten poder encontrar las implicaciones legales, económicas y sociales de la protección de la propiedad intelectual en el contexto ecuatoriano.

Es por esto, que este tipo de investigación se consolidó como un pilar fundamental para comprender el contexto y concepto del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el país. El presente tipo de investigación permite explorar los antecedentes históricos e inductivos, relacionados con la materia, lo cual permite evaluar de manera precisa a la muestra, de forma que permita entender sobre la protección de derechos de autor y, también sobre cómo son vulnerados los mismos.

Finalmente, se correlacionó el análisis teórico, conceptual y normativo, con estudios empíricos, así como otros medios de indagación que están relacionados con el registro de marcas, y la propiedad intelectual. La consulta de diversas fuentes proporcionó puntos de vista variados y enriquecedores, especialmente en lo referente a los antecedentes investigativos y las bases teóricas. Estos estudios previos, con su inherente peso investigativo, fueron importantes para la redacción e implementación de ideas posteriores y para consolidar una comprensión integral de la materia.

#### **2.1.2.4. Investigación de campo**

Según (Sanca Tinta, 2011), la información se fundamenta en el objeto de estudio o en los participantes, obtenida mediante la investigación de campo. Este tipo de estudio es capaz de revelar las dificultades, que enfrentan los titulares de derecho de propiedad intelectual en el país; incluyendo los obstáculos para el registro, las barreras que se presentan para la falsificación y piratería. Ahora tomando en cuenta todo lo referente a conocimiento de la legislación actual, analizando las experiencias concretas y las perspectivas de los diversos actores involucrados, se pueden identificar áreas que mejorarían en las políticas públicas; los procedimientos administrativos y las estrategias de concientización que trata la importancia de la protección de la propiedad intelectual para el desarrollo del país.

Por lo que, la información, que fue recabada a través del estudio de campo, se convierte en un insumo fundamental, para la formulación de conclusiones y recomendaciones, que están orientadas a fortalecer el sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en Ecuador. El presente enfoque metodológico, contribuye a una comprensión integral de la realidad del sector, sentando las bases para futuras investigaciones, y la implementación de acciones que fomenten un entorno propicio para la innovación, además de la inversión y el respeto por los derechos de propiedad intelectual.

Esta exploración comparativa entre diferentes industrias, tipos de empresas o regiones geográficas puede revelar patrones comunes en la adopción y el aprovechamiento de estos derechos, así como disparidades en el conocimiento, la aplicación o los desafíos enfrentados. Esta comprensión directa de la heterogeneidad del panorama de la propiedad intelectual en el país enriquece el análisis y aporta una visión más matizada de su funcionamiento.

Entonces, la investigación empírica permite verificar la correspondencia entre la práctica empresarial y el marco regulatorio vigente, en materia de propiedad intelectual, ya que permite observar como las empresas gestionan, sus activos intangibles, protegen las marcas propias, y hacen valer los derechos como autor.

### **2.1.3. Análisis**

El método de investigación debe detallar de manera exhaustiva cómo se realizó el estudio, lo que a su vez justifica la pertinencia de las metodologías empleadas y la fiabilidad de los hallazgos. Es fundamental incluir toda la información necesaria para comprender y, si se desea, replicar los resultados. Además, esta sección debe describir las decisiones metodológicas tomadas en función del tema de investigación y los fundamentos que las sustentan. (Abreu, 2015).

La presente investigación se fundamenta en un análisis teórico – conceptual de los elementos unido, hacia el registro de marcas y el derecho de la propiedad intelectual, así mismo en la revisión de las regulaciones legales actualizadas en el Ecuador. Lo cual permite poder examinar los retos y oportunidades relacionados con la protección de los derechos de propiedad intelectual en el contexto ecuatoriano.

Para empezar, se examinaron las posibilidades de riesgo y amenazas que pueden generar un daño a la integridad de las marcas y a los derechos de propiedad intelectual, lo cual incluye la identificación de situaciones que podrían comprometer la seguridad jurídica y de esta forma asegurar la exclusividad de uso de marcas registradas, como: la detección de oportunidades para el fortalecimiento de la protección mencionada, lo cual es crucial para poder desarrollar una comprensión profunda de los desafíos, permitiendo la formulación de estrategias para minimizar vulnerabilidades y maximizar la seguridad jurídica en el tema de marcas.

#### **2.1.4. Síntesis**

El método de síntesis empleado en esta investigación se centró en la síntesis de la información relevante para comprender la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador. Esto implicó discernir los datos más adecuados y esenciales del marco teórico, priorizando aquellos temas que, aunque inicialmente generales, se vincularon directamente con la problemática central de estudio. Un gran ejemplo de esto es que al abordar el marco legal, se seleccionaron las regulaciones más pertinentes, como lo es la Constitución de la República del Ecuador, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, COESCCI, incluyendo otras leyes que estén específicamente relacionadas con la propiedad intelectual.

De esta normativa, se resumió el contenido central, extrayendo conceptos clave como los tipos de marcas, los procedimientos de registro, los derechos que confiere una marca registrada, y las consecuencias legales y sociales de su infracción, entre otros aspectos relevantes. Este proceso fue fundamental para establecer una base sólida y comprensible sobre la protección de la propiedad intelectual en el contexto ecuatoriano.

#### **2.1.5. Método deductivo**

Según (Bernal Torres, 2010) dice que “este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (p. 59). La metodología deductiva empleada parte de los principios universales del derecho de propiedad intelectual, así como de la normativa ecuatoriana vigente, para comprender su aplicación particular en el ámbito de las marcas. Se examinan las implicaciones de la protección de las marcas en la economía y el desarrollo empresarial del país.

El registro de marcas constituye un pilar esencial en la estrategia de cualquier empresa o emprendedor, por lo cual este proceso, no solo otorga a los titulares de la marca, el derecho exclusivo sobre su distintivo comercial; sino que, también actúa como una herramienta de prevención contra la copia, la falsificación y el uso indebido

por parte de terceros. La seguridad jurídica que proporciona el registro, es vital para fomentar la confianza en el mercado y garantizar la inversión en innovación y calidad.

De igual manera, haciendo un análisis del Estado y sus instituciones, en el campo de la promoción y salvaguarda de estos derechos, la protección de la propiedad intelectual, y sobre todo de las marcas; se considera un elemento esencial para el crecimiento económico sostenible, y la competitividad a nivel nacional e internacional. Entonces, el enfoque deductivo, permite, establecer cómo el cumplimiento, y, la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual, se traducen, en un ambiente de negocios más seguro y equitativo, de esta forma impulsando la creatividad, y el valor añadido de los productos, además, de los servicios ecuatorianos. La consolidación, de un sistema robusto de protección de marcas, incentiva la inversión en investigación y desarrollo, fomentando así la diferenciación y la calidad en el mercado.

#### **2.1.6. Método inductivo**

El razonamiento inductivo opera extrayendo conclusiones de carácter general a partir de la minuciosa examinación de fenómenos o datos específicos considerados válidos. Su proceso implica un estudio detallado de casos individuales, que culmina en la formulación de postulados universales o la base de una teoría (Bernal Torres, 2010).

Por lo que, la relevancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el país, es un área fundamental para, comprender cómo la protección de activos intangibles impacta de forma directa, en el desarrollo económico y la competitividad empresarial. Debido a la creciente digitalización y globalización; la identificación de patrones, y tendencias en la protección de marcas, se ha vuelto esencial para poder asegurar un ecosistema comercial justos, y esta forma poder promover la innovación y el desarrollo.

La aplicación del método inductivo en el trabajo de investigación es vital para poder abordar la complejidad del tema de una forma efectiva, y a través del mismo, se ha evaluado la experiencia específica de las empresas y los emprendedores que han realizado el proceso de registro de marcas y la gestión de los derechos de propiedad intelectual.

A través de este método, se ha evaluado la experiencia concreta de empresas y emprendedores ecuatorianos en el proceso de registro de marcas y la gestión de sus derechos de propiedad intelectual. Además, se analizaron situaciones particulares como las disputas para el uso del registro de propiedad intelectual.

De igual manera, se hace consideración, las vivencias y enseñanzas adquiridas por profesionales del derecho, innovadores y empresarios a nivel nacional, para poder entender la dinámica real, del registro de marcas, y la protección de la propiedad intelectual. Lo que significa, que se debe evaluar, el rol de las prácticas, no solo en el Ecuador, sino también en los demás contextos específicos.

Entonces, la aplicación, del método inductivo, ha creado una facilidad de comprensión profunda, sobre las necesidades, y los desafíos, que existen en el ámbito del registro de marcas; adicionalmente, la propiedad intelectual, entonces, a medida que se analizaba, los casos en particular, se pudieron identificar, nuevas situaciones, lo cual generaba un ajuste en las estrategias, con el objetivo de poder abordar, de manera efectiva, los problemas que afectan, la protección de las marcas, en el país. Lo cual contribuye a una mayor seguridad jurídica, y un ambiente, propicio para la innovación.

#### **2.1.7. Participantes del estudio**

Para la presente investigación, el alcance inicial del estudio es amplio y potencialmente indeterminado, abarcando a todos los titulares de marcas registradas, solicitantes de registro, abogados especializados en propiedad intelectual y emprendedores que operan en el Ecuador. Pero, para la presente investigación se ha elegido a un grupo específico, ubicado en la ciudad de Quito, la muestra fue seleccionada en base a la concentración de la actividad económica y la gran cantidad de marcas registradas en la ciudad, según los datos proporcionados por el Servicio Nacional de Derechos Intelectual.

Tabla 3. Selección de Entrevistados

<b>Unidades de Análisis y Criterios de Selección</b>	
<b>Grupos de individuos</b>	Abogados y Doctores de los Juzgados y Tribunales de Justicia de la República del Ecuador
<b>Cantidad</b>	8
<b>Total</b>	8

La Tabla 4 nos indica la selección de ocho individuos para las entrevistas. Dado que esta cantidad es relativamente pequeña en comparación con la totalidad de abogados y doctores que operan en los juzgados y tribunales del Ecuador, los resultados obtenidos serán específicos de estos ocho participantes. Esto implica que la capacidad de aplicar las conclusiones a otros contextos o grupos será inherentemente limitada.

Una selección de participantes de este tamaño es más susceptible a ser influenciada por las características particulares de los individuos elegidos, lo que podría no reflejar la diversidad de perspectivas dentro de la profesión. Si bien se identifica el grupo general, no se ofrece información sobre la posible diversidad dentro de este grupo (por ejemplo, diferentes áreas del derecho, años de experiencia, ubicación geográfica específica dentro del país, etc.).

Es necesario hacer énfasis, que la selección de la muestra del tamaño descrito es más común en investigaciones cualitativas, donde el principal objetivo es la profundidad de la comprensión y no la generalización de los datos estadísticas, entonces, cuando el enfoque es cualitativo, es decir a través de entrevistas en profundidad o análisis de casos detallados, los sujetos seleccionados pueden ser aceptable.

Más, sin embargo, esto requiere una justificación adecuada que explique por qué estos individuos específicos fueron elegidos. Dicha justificación debe demostrar

que los participantes seleccionados tienen la capacidad de brindar información rica y relevante para los objetivos de la investigación.

## **2.2. Técnica de investigación**

Una técnica de investigación es un método estructurado que se emplea para recolectar y examinar datos, con el propósito de abordar un problema o responder a una interrogante de investigación. Existen diversas técnicas, como las encuestas, entrevistas, observación y experimentos. Entonces, la selección de la técnica adecuada es un proceso crucial, y dependerá de los objetivos y el alcance del estudio, ya que cada una presenta distintas ventajas y desventajas. La verdadera importancia de la técnica de investigación radica en la claridad metodológica que esta proporciona. Al definir de antemano, las fuentes de información que se utilizarán ya sean leyes, jurisprudencia, doctrina o documentos específicos, no se trata solo de recopilar datos, sino de hacerlo de forma inteligente (Medina Romero et al., 2023).

Los instrumentos seleccionados adecuados para la recolección de datos, entre ellos la entrevistas, encuestas, análisis documental o estudios de caso, son fundamentales, ya que las presentes herramientas son el medio que permitirá obtener los datos, que permitan respaldar los argumentos; entonces, al dedicar tiempo a la técnica de investigación, se crean las bases sólidas para poder desarrollar el estudio, que describe la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador.

Esto garantiza que la investigación no solo sea sistemática y rigurosa, sino también creíble, verificable y con un impacto significativo en el ámbito jurídico. Es el paso inicial que asegura el éxito de todo el proceso investigativo. La técnica por utilizar es la siguiente:

### **2.2.1. Entrevista**

La entrevista es una técnica fundamental para recopilar información, valiosa tanto dentro de una investigación como de forma independiente, además, comparte características y pasos fundamentales; sin importar, si es parte de un estudio formal, o se usa puntualmente. Su objetivo principal, es obtener datos orales, y personalizados sobre experiencias u opiniones, siempre con la participación de al menos dos personas: un entrevistador y un entrevistado, quienes interactúan sobre un tema. Si son varios los entrevistados, se considera una entrevista grupal,

distinguiéndose así entre entrevistas individuales y grupales según el número de participantes (Folguerias Bertomeu, 2016).

La entrevista es una herramienta de investigación importante, especialmente, cuando profundizamos en un tema tan vital, como la importancia del registro de marcas, y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador.

Por lo tanto, las normativas, la jurisprudencia, y la doctrina, constituyeron el marco legal, y teórico, de referencia de la investigación. Pero, no obstante, fue a través de las entrevistas, donde se pudo obtener una visión muy clara y directa, acerca de la aplicación práctica, y el impacto real de dichas disposiciones legales. El presente proceso, no se limitó a la recopilación de información técnica, sino que permite, que se pueda identificar, las experiencias, percepciones, y las dificultades que han enfrentado los emprendedores, empresas y abogados, con especialidades, y funcionarios del Servicio nacional de Derechos Intelectuales, SENADI, y a los consumidores en la interacción cotidiana, con el sistema de propiedad intelectual.

#### **2.2.1.1. Importancia de la realización de entrevistas**

La realización de entrevistas a abogados y doctores en derecho es un paso muy importante en cualquier investigación, especialmente cuando se busca profundizar en temas complejos como el registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en Ecuador; la aplicación de esta técnica no solo aporta una gran visión que se basa en la experiencia, sino que también son importante para la recopilación de la información de primera mano, sobre los desafíos identificados en este ámbito.

Por lo tanto, la profundidad de los conocimientos de los individuos entrevistados, son esenciales para complementar la idea principal de la investigación, ya que permite entender lo que sobre la aplicación y el impacto de la normativa, la investigación puede construir una visión completa, y robusta sobre la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador. En este contexto, las entrevistas a abogados se diseñaron con los siguientes objetivos:

- **Objetivo general**

Indagar sobre la percepción y las prácticas de los abogados en relación con la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador, así como los desafíos y oportunidades que identifican en su ejercicio profesional.

- **Objetivos específicos**

- Determinar cuáles son las infracciones o desafíos más recurrentes que los abogados identifican en la protección y defensa de los derechos de propiedad intelectual y el registro de marcas en Ecuador.
- Analizar las estrategias, y medidas específicas implementadas por los abogados para el aseguramiento de la protección y el uso adecuado de los derechos de propiedad intelectual de sus clientes.
- Investigar el asesoramiento que prestan los abogados a sus clientes, en el proceso de registro de marcas, y la verificación de la autenticidad y la legalidad de los documentos relacionados con la propiedad intelectual.
- Evaluar la percepción que tienen los abogados sobre la eficacia de la normativa, ecuatoriana en materia de propiedad intelectual, y registro de marcas, y si han tenido que enfrentar situaciones complejas en su aplicación.
- Obtener perspectivas sobre cómo los abogados visualizan la incorporación de nuevas tecnologías en la gestión y protección de la propiedad intelectual en el Ecuador.
- Recopilar recomendaciones prácticas y específicas de los abogados, basadas en su experiencia, para fortalecer el marco legal y la protección del registro de marcas y la propiedad intelectual en Ecuador.

### **2.2.1.2. Diseño metodológico de entrevista**

Para la presente investigación, se concibió un diseño de entrevista fundamentado en un enfoque metodológico mixto complementario, integrando elementos cualitativos y cuantitativos para alcanzar una comprensión holística y exhaustiva de las experiencias subjetivas, las percepciones internalizadas y las opiniones expertas de los participantes. La estructura de la entrevista se articuló en torno a un núcleo de cinco preguntas clave, estratégicamente diseñadas y secuenciadas para guiar las conversaciones de manera orgánica y progresiva.

Este diseño metodológico fue concebido y meticulosamente estructurado para auscultar en profundidad la intrincada y a menudo compleja relación simbiótica entre el registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual dentro del específico contexto socio-jurídico ecuatoriano. Las preguntas formuladas no se limitaron a buscar elucidar los desafíos multifacéticos que cotidianamente enfrentan los

profesionales del derecho que ejercen en este campo especializado – abarcando desde los intrincados obstáculos regulatorios y la pesada carga burocrática hasta las sutilezas y complejidades inherentes a la práctica diaria –, sino que también se orientaron a documentar de manera exhaustiva las prácticas actuales, las metodologías innovadoras y las estrategias pragmáticas implementadas por abogados, doctores en jurisprudencia y otros expertos para navegar con pericia este dinámico y a veces laberíntico panorama legal. Adicionalmente, se procuró, con una visión prospectiva, proyectar las perspectivas futuras que se vislumbran en el horizonte y las tendencias emergentes que los expertos con su vasta experiencia tienen.

### **2.2.2. Enfoque a través de entrevistas**

Para esta investigación, la selección de los participantes fue un proceso cuidadoso y estratégico. Buscamos asegurar la relevancia de los individuos para sintetizar la información necesaria sobre la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en Ecuador.

La muestra seleccionada para la entrevista, fueron en total, ocho profesionales del derecho, la muestra fue filtrada por características, como abogados, y doctores de los Juzgados, incluyendo los Tribunales de Justicia del Ecuador. Para hacer la selección de esta muestra, se usaron criterios objetivos propuestos en la investigación; además se consideró el conocimiento empírico de cada uno de los individuos seleccionados. Y por último, también se tomó en cuenta la trayectoria de cada persona entrevistada en el campo de la propiedad intelectual, adicionando la especialización en el registro de marcas.

#### **2.2.2.1. Estructuras de las preguntas para entrevistados**

Para la presente investigación, se diseñaron las preguntas de las entrevistas enfocándonos en la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador. Dada la naturaleza cualitativa del estudio, el objetivo principal fue recopilar información específica y directa de la experiencia profesional de abogados especializados en este campo. Por ello, se elaboraron 5 interrogantes clave. Estas preguntas buscan ofrecer una perspectiva amplia, sobre la situación actual, de esta forma permite, entender mejor las variaciones en las prácticas, y percepciones de los profesionales, según su experiencia y conocimientos.

Entonces, las interrogantes, se crearon con el propósito de poder examinar los diversos criterios, los cuales están relacionados con la protección, y la gestión de la propiedad intelectual, se abordan temas, como los tipos de infracciones más comunes en el ámbito, y las estrategias de protección que los profesionales de este campo usan. Además, también se hizo una indagación exhaustiva, sobre la frecuencia, de caso relacionados, con el uso indebido de marcas, las capacitaciones que se recibe de las entidades reguladoras, y la percepción sobre la efectividad de las leyes y las regulaciones que tiene actualmente el Ecuador.

Es por esto que las cinco preguntas clave definidas, guiaron la entrevistas, para explorar a fondo la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual en el Ecuador, y se presentan a continuación:

1. ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?
2. ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?
3. ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?
4. ¿De qué manera, la falta de registro de marcas afecta a las empresas, y a la economía ecuatoriana en general?
5. ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar, para fomentar una mayor conciencia, un uso más efectivo del sistema de registro de marcas, y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?

Esta investigación, adopta un enfoque metodológico cualitativo, que busca comprender de manera detallada, las perspectivas de diversos actores, que son claves en relación.

Tabla 4. Diseño metodológico de las preguntas de la entrevista.

<b>Construcción Metodológica del Cuestionario</b>			
<b>Preguntas</b>	<b>Finalidad</b>		<b>Enfoque planificado</b>
<b>Pregunta N°1</b>	Crecimiento: en el registro de marca que faciliten la expansión del negocio, el aumento de la cuota de mercado, la atracción de inversiones o la diversificación de productos/servicios.	Entrevista Semiestructurada Preguntas abiertas	Percepción de cómo el registro de marca ha influido en las ventas, expansión a nuevos mercados, atracción de inversores, desarrollo de nuevos productos o servicios.
<b>Pregunta N°2</b>	Conocer la opinión, sobre los obstáculos legales, o las facilidades, que existen para los innovadores, y, creadores en Ecuador. Puede incluir, temas como la protección de derechos, los costos de registro, los procedimientos legales, y otros.	Entrevista Semiestructurada Preguntas abiertas	Obtener la perspectiva de un experto legal, sobre cómo las normativas de propiedad intelectual (PI) en Ecuador, impactan directamente (positiva o negativamente), la capacidad de innovar y crear en el país.
<b>Pregunta N°3</b>	Obtener una visión profunda y fundamentada, sobre la interacción entre el entorno legal de la PI, y la realidad comercial en Ecuador, lo que permitirá analizar si el marco actual facilita o entorpece el crecimiento, y la seguridad de los negocios.	Entrevista Semiestructurada Preguntas abiertas	Evaluar la percepción de los actores clave ya sea emprendedores, empresarios, abogados especializados, funcionarios del SENADI; sobre la eficacia, y accesibilidad del sistema de propiedad intelectual en Ecuador.
<b>Pregunta N°4</b>	Aunque, la ausencia de registro evita costos iniciales, la necesidad, de litigar por infracciones, sin una base legal sólida, puede generar gastos legales, significativamente mayores y con resultados inciertos.	Entrevista Semiestructurada Preguntas abiertas	Identificar las pérdidas directas e indirectas para las empresas, Esto incluye la pérdida de identidad comercial, la incapacidad de defenderse legalmente ante imitaciones o usos no autorizados (lo que puede llevar a la pérdida de clientes y cuota de mercado).
<b>Pregunta N°5</b>	Determinar las estrategias y políticas implementables, para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas, y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador.	Entrevista Semiestructurada Preguntas abiertas	Establecer y proponer un conjunto de estrategias y políticas prácticas y viables para mejorar la comprensión y la utilización del sistema de registro de marcas, así como para fortalecer la protección de la propiedad intelectual

Tras la implementación de las entrevistas semiestructuradas, la Tabla 3 demostró ser una herramienta fundamental para la consecución de los objetivos de investigación. La estructura predefinida de las preguntas, detallando la finalidad específica de cada una, facilitó la exploración profunda de las experiencias y perspectivas de los participantes en relación al registro de marcas y la propiedad intelectual en Ecuador. Las preguntas abiertas ofrecen una oportunidad única de que los entrevistados compartieran detalles valiosos, y matices significativos, de esta forma se logra una comprensión de las políticas y normas en juego, proporcionando datos cualitativos robustos para el análisis posterior.

En consecuencia, se puede apreciar, que la arquitectura metodológica, del cuestionario a implementar, se vio reflejada en la calidad y profundidad de la información que se pudo recolectar a lo largo de las entrevistas. La delimitación precisa, de cada pregunta, logró crear una orientación efectiva en el proceso de indagación, lo cual, permitió que los participantes, puedan abordar con claridad, varios aspectos vinculados al proceso de registro de marcas, y a la propiedad intelectual, en el contexto ecuatoriano.

La elección de la entrevista semiestructurada, como herramienta de recolección de datos, resultó objetivo, ya que la flexibilidad que ofrece esta técnica, facilitó la emisión de respuestas detalladas, que abarcan las experiencias y perspectivas de los sujetos entrevistados. Los datos cualitativos recolectados con esta herramienta, conformaron una importante base informativa, que permitió hacer un análisis profundo, de las complejidades, propias de la problemática investigada, todo en concordancia, con los lineamientos establecidos, durante la etapa de diseño metodológico de la investigación.

### **2.2.3. Análisis e Interpretación de Datos**

El análisis exhaustivo de las ocho entrevistas revela una convergencia de perspectivas en torno a la importancia trascendental del registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual (PI) como elementos catalizadores para el crecimiento sostenible y la mejora de la competitividad de las empresas ecuatorianas. Los entrevistados coinciden en que el registro de una marca trasciende su mera formalidad legal, constituyéndose en una herramienta estratégica fundamental que facilita la consolidación en el mercado, fomenta la lealtad del consumidor y abre las

puertas a la expansión hacia nuevos nichos, la protección legal descrita no solo afirma la identidad corporativa, y permite la diferenciación en un entorno competitivo, si no que adicionalmente, genera una gran confianza en las posibles alianzas comerciales, y además facilita el acceso a financiamientos lo cual es un aspecto importante en el desarrollo empresarial.

Ahora bien, refiriéndose a la influencia del marco legal de la PI, en el campo de la innovación y la creatividad, con la aplicación de la entrevista se pretende reconocer la existencia de una base legal robusta, la cual se encuentra en el contenido del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos. En este contexto, se percibe como incentivo concluyente para la inversión en investigación y el desarrollo, al momento de otorgar derechos exclusivos a los creadores, permitiendo explotar comercialmente sus ideas. Las personas entrevistadas, enfatizan la necesidad de un entorno institucional autosuficiente, que respalde la aplicación efectiva de la ley, además que combata la piratería y por último, fomente la colaboración y transferencia tecnológica, entre academia e industria.

El impacto de la falta de registro de marcas se describe en términos de vulnerabilidad significativa para las empresas, especialmente las más pequeñas y los emprendedores. La ausencia de protección dificulta la diferenciación en el mercado, la consolidación de una presencia sólida y expone a las empresas a la competencia desleal, el uso indebido de su imagen y la pérdida de clientes. Estas consecuencias negativas no se limitan al ámbito individual de la empresa, sino que trascienden al dinamismo económico general del país, restringiendo la formalización económica, la creación de empleos y la captación de inversiones. A nivel macroeconómico, la falta de un sistema sólido de registro de marcas debilita la reputación de Ecuador como un lugar confiable para negocios innovadores y desalienta la inversión en innovación y calidad.

Entonces, en cuanto a las estrategias, y las políticas para mejorar y fomentar una conciencia mayor, adicionalmente un uso más efectivo del sistema de registro y la protección de la PI; las entrevistas concluyen que la existe una necesidad de campañas educativas, integrales, que están dirigidas a diversos actores económicos, incluyendo emprendedores, las PYMES, etc. Se hace hincapié en la existente importancia de poder fortalecer las entidades responsables de la PI, con el objetivo de agilizar trámites, para poder optimizar la atención al usuario y disminuir la

burocracia existente, de este modo el sistema puede hacerse accesible y transparente.

Finalizando, la información recopilada a lo largo del proceso investigativo contextual proporcionó una base sólida, para establecer conclusiones, y formular recomendaciones dirigidas a diversos entes, entre ellos las empresas, instituciones gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil y profesionales del derecho. Estas sugerencias, buscan abordar circunstancias relevantes para la promoción, y protección del registro de marcas; al integrar las perspectivas obtenidas, a través de este estudio, emergió un componente esencial, que facilitó una comprensión integral y contextualizada del valor y la vulnerabilidad de los activos intangibles en el entorno ecuatoriano.

## CAPITULO III

### ANÁLISIS DE RESULTADOS Y PROPUESTA

Este capítulo presenta y analiza los resultados de las entrevistas realizadas a profesionales del derecho en Ecuador. El objetivo principal es desentrañar el problema central y explorar posibles soluciones en relación con "La Importancia del Registro de Marcas y el Derecho de Propiedad Intelectual en el Ecuador". Para lograrlo, se realizó un análisis crítico de las perspectivas compartidas por profesionales del derecho, quienes detallaron sus experiencias y actividades en el ámbito de la propiedad intelectual.

Primero, los resultados de las entrevistas demostraron que, tanto profesionales, como los notarios, cumplen un papel muy fundamental, en la protección de las marcas, y la propiedad intelectual; lo cual es especialmente relevante en lo que es la autenticación de documentos, y las transacciones legales en general. Por lo cual, el presente método fue indispensable, para poder comprender las dinámicas, del fenómeno estudiado, y de esta forma poder desarrollar medidas preventivas, contra las acciones que pueden ser perjudiciales. De la aplicación de las entrevistas surgieron opiniones y vivencias claves, que enriquecen la comprensión sobre la aplicación y defensa de los derechos de propiedad intelectual en el Ecuador.

El análisis detallado, de los resultados obtenidos, permitirá lograr identificar las debilidades del sistema, y las infracciones más frecuentes, de este modo se facilita la formulación de propuestas de mejoras específicas, con esto se espera que la investigación impulse el desarrollo de estrategias efectivas, para que el registro de marcas, y la protección intelectual en el país, siempre que se alinee con el marco constitucional.

#### **3.1. Análisis de resultados**

Al revisar las entrevistas realizadas, podemos entender mejor cómo la experiencia y el conocimiento de los profesionales en Ecuador son clave para comprender a fondo la importancia del registro de marcas y el derecho de propiedad intelectual. Las respuestas de los entrevistados nos dan información sumamente valiosa, ya que provienen de su interacción directa y vivencial con este tema tan

relevante para el desarrollo económico y la innovación en el país. Esta perspectiva práctica, ofrece una visión genuina, de los desafíos y las oportunidades en la materia.

Es importante mencionar que un concepto fundamental que se desglosa, de las entrevistas, es la urgente necesidad de poder mejorar el actual sistema, y poder destacar con énfasis la relevancia del registro de marcas. Lo cual no solo ayuda a tener una visión general de los procesos, sino que también, resalta las áreas de ineficiencia o falta de claridad en sus procesos, lo cual puede obstaculizar el avance del trámite, adicionalmente, las respuestas recopiladas señalan de manera contundente, que la falta de regulaciones y supervisión específica, en el ámbito de la propiedad intelectual. La carencia identificada, representa uno de los mayores desafíos, para enfrentar los problemas, que se presentan en el sistema, lo cual afecta, desde la protección de los inventores, y artistas, hasta la competitividad de las empresas. Por lo cual, una normativa más robusta, y una aplicación, son percibidas como esenciales, para garantizar un entorno justo y equilibrado.

Las entrevistas formuladas, permiten explorar posibles soluciones, y mejoras tangibles, además, se proponen ideas robustas para poder fortalecer los controles internos, dentro de las instituciones; con el objetivo de aumentar la transparencia, en todos los procesos y la responsabilidad de los actores involucrados.

Entonces, en resumen, el análisis detallado, de las respuestas obtenidas de los entrevistados, ayuda a poder identificar los patrones significativos, y áreas clave para futuras investigaciones; partiendo desde este punto sólido, y empírico, para poder desarrollar propuestas concretas y viables, que fortalezcan de manera íntegra el registro de marcas, y el derecho de propiedad intelectual en el país.

Para poder entender de buena forma, los hallazgos de esta investigación, por lo que el presente apartado se centra, en mostrar el análisis de las respuestas obtenidas, de las entrevistas. El cuestionario permite desglosar la información clave y de esta forma poder extraer conclusiones significativas:

**Pregunta 1: ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?**

Las respuestas a la pregunta sobre el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas revelan una perspectiva

multifacética y consistentemente positiva. Los entrevistados enfatizan que el registro de marcas es un impulsor fundamental del desarrollo empresarial en Ecuador.

Entonces, en primer lugar, se resalta la protección jurídica que otorga el registrarse, esencial para que las empresas se establezcan en el mercado, y de esta forma fomentar la lealtad del consumidor, y expandan su alcance a nuevos nichos. Esta exclusividad legal, es crucial para prevenir la competencia desleal, y el uso indebido por parte de terceros.

Para el caso de las micro, pequeños y medianas empresas (MIPYMES) y las emprendedoras, el proceso de registro de marcas, es percibido como un paso estratégico importante, que permite destacarse en un entorno competitivo, y de esta forma poder fortalecer la identidad corporativa. Adicionalmente, este respaldo, legal genera confianza en alianzas, comerciales, y facilita el acceso, a financiamientos, aspectos vitales, para ayudar en el desarrollo y la competitividad.

La importancia del registro de marcas, va más allá del ámbito nacional; siendo la base de la protección internacional, y la expansión global de las empresas del país, ya que una marca, protegida en el extranjero, proyecta profesionalismo, y además genera confianza, de esta forma se abren oportunidades internacionales.

Desde una vista económica, el proceso de registro de marca, incrementa el valor de una empresa; de esta forma se convierte en un activo, que puede generar ingresos, adicionales, mediante licencias o ventas, entonces, una marca bien posicionada, puede fortalecer la imagen empresarial, lo que atrae clientes y aliados estratégicos, lo cual impulsa una expansión.

## **Pregunta 2: ¿Cómo influye, el marco legal de la propiedad intelectual, en la innovación y la creatividad en el Ecuador?**

Las respuestas, a la pregunta sobre la influencia, del marco legal de la propiedad intelectual, en la innovación y la creatividad en Ecuador, revela una perspectiva matizada. Si bien, existe un robusto marco normativo, que se encuentra consolidado en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, su impacto positivo, se ve condicionado por desafíos prácticos en su implementación y percepción.

Los entrevistados, coinciden en que la ley, al entregar los derechos exclusivos a los creadores, lo cual fomenta la inversión, en investigación y desarrollo, creando

un ambiente que, motiva a los emprendedores al asegurar la protección de sus ideas, y su potencial de monetización. Lo cual, es particularmente relevante, en el contexto de una economía creativa en expansión, y el talento joven en Ecuador, impulsando la profesionalización de las industrias culturales. Adicionalmente, se destaca su rol en estimular la transferencia tecnológica, y, el desarrollo de patentes en el ámbito académico.

Pero, a pesar de esta base legal, se pudieron identificar obstáculos significativos. Aunque la normativa, es percibida como complicada, poco accesible, y los procesos burocráticos pueden causar desinterés a creadores y emprendedores. Mucha veces la falta de información sobre los derechos, costos y los plazos del proceso de registro, sumado a la necesidad de agilidad en los procesos administrativos, se pueden convertir en obstáculos.

**Pregunta 3: ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?**

En esta pregunta, las respuestas recopiladas figuran un claro escenario, el cual dice que aunque existen barreras, también hay caminos definidos para superarlas.

Los principales actores económicos en el país, enfrentan varios obstáculos representativos; y el principal, es el desconocimiento general, sobre la importancia y los beneficios que trae el registrar una marca, y de esta forma proteger la propiedad intelectual; especialmente en el ámbito de los negocios pequeños y en desarrollo. La falta de conciencia hace que empresas, no aprovechen las herramientas legales que existen en el país.

Sumado, los trámites de registro suelen ser costosos, complejos y lentos, lo que genera procesos de burocracia, generando demoras que desaniman a muchos, sobre todo a las PYMES, y emprendedores con recursos limitados. La creciente digitalización, añade otro desafío: el garantizar una protección efectiva en línea, donde la piratería y el uso no autorizado son frecuentes.

Finalmente, para las empresas que buscan expandirse, internacionalmente, donde proteger sus marcas en un entorno global, es un reto considerable. La rápida evolución tecnológica, también exige una actualización constante, de la protección de

la propiedad intelectual, y la exposición a conflictos legales, por infracciones es un riesgo constante que puede dañar tanto la reputación como las finanzas.

A pesar de los desafíos identificados, las respuestas obtenidas, mostraron la existencia, de oportunidades importantes, el proceso de registro de una marca, es una herramienta fundamental, que representa y permite a las empresas, proteger su identidad, y que también les permite diferenciarse, de las empresas competidoras. Adicionalmente, este proceso actúa como una estrategia preventiva, que contribuye al respaldo en las disputas legales, que son costosas a largo plazo, lo cual contribuye a una base legal sólida, para la defensa, de los derechos empresariales.

#### **Pregunta 4: ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?**

El análisis de las respuestas, sobre la falta de registro de marcas, la cual afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana, en general, revela una serie de consecuencias negativas, que van más allá del ámbito individual de la empresa. La ausencia de registro de marcas, deja a las empresas expuestas, a la competencia desleal y al uso indebido de su imagen por parte de terceros. Lo cual se traduce directamente en pérdida de clientes, daño a la reputación, y reducción de ingresos. La falta de protección legal, crea un entorno de incertidumbre, y aumenta el riesgo de conflictos legales costosos, lo que puede desviar recursos valiosos, y perjudicar la estabilidad financiera de las organizaciones.

Entonces, sin un registro oficial, las empresas, especialmente las pequeñas y los emprendedores, enfrentan serias dificultades para diferenciarse, y de esta forma consolidar su presencia en el mercado, lo cual frena su desarrollo, y las hace vulnerables ante competidores, que sí han protegido sus marcas, lo cual hace perder oportunidades de crecimiento.

Además, las empresas que no registran sus marcas, pierden valiosas oportunidades, para poder establecer alianzas estratégicas, otorgar licencia, o en el peor de los casos, poder expandirse, todo esto es a raíz, de que carecen de los derechos legales, necesarios para negociar, y proteger, sus activos intangibles. Por lo que, esta situación, limita el desarrollo del potencial de crecimiento y competitividad, tanto, a nivel nacional, como internacional. Incluyendo, la falta de protección marcaría, también desincentiva, la inversión en innovación y calidad; ya que las empresas

temen que los esfuerzos, e inversiones, puedan perderse sin consecuencias legales, lo que causa, un freno en el avance, tanto tecnológico y debilita la competitividad en el sector productivo del país.

En síntesis, la falta de una adecuada protección de marcas en el Ecuador, genera un ciclo de vulnerabilidades empresariales, que puede provocar la pérdida de desarrollo de empresas, y genera un desestabilidad en la economía, lo cual afecta, de manera directa, la competitividad, la innovación y la confianza, tanto de los consumidores, y como de los inversionistas.

**Pregunta 5: ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar, para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Analizando las respuestas obtenidas sobre las estrategias y políticas necesarias, para fomentar la conciencia, y el uso efectivo, del sistema de registro de marcas, y propiedad intelectual en el país, lo cual denota la necesidad de tener un enfoque multifacético, que combine educación, digitalización, incentivos y colaboración.

Los individuos, en sus respuestas destacan varias formas de acción clave, donde, se considera al desarrollo de campañas de educación masivas como primordial, a las PYMES, y al público en general, las campañas se deben de enfocar a explicar de forma clara, las ventajas y el proceso del registro de marcas; con el objetivo de buscar que las personas comprendan la importancia que tiene el registrar una marca, y se puede definir como una inversión, mas no como un gasto. Adicionalmente, se sugiere incorporar temas sobre la propiedad intelectual, en los planes de estudios universitarios, y técnicos, con el fin de formar profesionales, desde etapas tempranas, con una cultura de protección y respeto hacia estos derechos. Ahora, para poder llegar a sensibilizar al público, se considera que se ejecuten campañas en medios masivos, y redes sociales, que incluyan testimonios reales, de empresarios exitosos, donde el registro de marcas fue uno de los incentivos.

## **3.2 Propuesta**

### **3.2.1 Planteamiento de la propuesta para la creación del sistema informático de registro de marcas para Pymes”**

En el Ecuador, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) constituyen un sector fundamental para el desarrollo económico y social, generando empleo y dinamizando la producción. Sin embargo, un número significativo de estas empresas no registran sus marcas debido a la complejidad de los trámites, el desconocimiento del proceso y los costos asociados. Lo cual expone a riesgos de plagio, competencia desleal y pérdida de identidad comercial.

La actual propuesta, tiene como objetivo dar cumplimiento al objetivo específico número tres, definido en la investigación, el cual dice: “Elaborar una propuesta normativa que contribuya a la simplificación de trámites, reducción de costos y la implementación de incentivos para PYMES en el registro de sus marcas”.

Entonces, en el presente marco, se planifica la creación de una Norma Técnica, para la Creación del Sistema Informático de Registro de Marcas para PYMES; el cual está administrado por el Servicio Nacional de Derechos Intelectual, SENADI. El sistema, tendrá como pilares centrales, la digitalización total del trámite, el uso de inteligencia artificial, con el objetivo de asesorías automatizadas, la reducción de tasas y por último la creación de incentivos, específicos, que creen motivaciones a la PYMES, a realizar el proceso de registro y de esta forma puedan proteger su propiedad intelectual.

Entonces, tomando como base las limitaciones identificadas, a lo largo del proceso de investigación, la propuesta de solución que se entrega, busca abordar la carencia de protocolos, o de mecanismos, entorno a la importancia del registro de marca, y el derecho de la propiedad intelectual, en el ejército profesional en el país. La crítica necesidad, de entregar a las PYMES, herramientas, y conocimientos claves, sobre la importancia del registro de marcas, y la propiedad intelectual, ya que actualmente, estas empresas operan con una falta grave de claridad, en este ámbito; lo cual genera riesgos importantes hacia las empresas. Es por esto por lo que la solución se centra, en el desarrollo e implementación, de protocolos, y directrices, las cuales son claras por parte del SENADI. Estos no serían solo documentos teóricos, sino herramientas prácticas diseñadas para guiar a los profesionales de las PYMES

en la gestión diaria de sus marcas y la propiedad intelectual. Al establecer un "camino predeterminado", las PYMES no solo podrán manejar de manera más efectiva los desafíos actuales, sino que también sentarán las bases para proteger su innovación, fomentar su crecimiento y mejorar continuamente sus servicios y productos. Esta iniciativa busca mitigar las vulnerabilidades actuales y proporcionar un marco sólido para el futuro desarrollo empresarial en el país.

### 3.2.2 Justificación de la propuesta

La propuesta responde a los siguientes problemas identificados:

- a. **Trámites complejos y presenciales:** Actualmente el proceso requiere etapas burocráticas que desalientan a los pequeños empresarios.
- b. **Altos costos:** Aunque existen descuentos, las tasas aún representan un obstáculo para micro y pequeñas empresas.
- c. **Falta de incentivos:** El registro de marca, no genera muchos beneficios adicionales, más allá de la protección jurídica.
- d. **Desconocimiento del proceso:** Muchos emprendedores, no registran sus marcas por falta adecuada de asesoría.

Con el desarrollo, de un sistema informático funcional e integro, el SENADI, no solo modernizaría procesos, sino que adicionalmente, sus procedimientos se alinearían a las políticas, de simplificación administrativa del estado, de esta manera se fomentaría la innovación y aseguramiento de las PYMES.

La propuesta de investigación, busca poder abordar la problemática centra, del estudio desarrollado, fundamentado en la importancia, que tienen los autores involucrados en propiedad intelectual a la seguridad jurídica, la clase de servicio que se ofrece, y, la eficiencia de la gestión del registro de marcas. En el contexto actual, donde la protección de activos, es importante tanto para el desarrollo, como la competitividad en los mercados, recae netamente sobre las instituciones, y los profesionales, la presente función exige seriedad, y rigor, para facilitar el acceso, y de este modo garantizar el derecho de propiedad intelectual.

En este sentido, la justificación de la investigación, se centra en la necesidad, de que el sistema de registro de marcas, pueda disponer de lineamientos claros y concisos, el cual debe de estar establecido en un instrumentos jurídico, el cual debe otorgar la solemnidad, que es requerida, y, debe definir las formas de actuación, que

sean necesarias para poder optimizar los procesos. Por este motivo, una propuesta, que se dedique a promover, la accesibilidad, y la claridad, en dichos procedimientos, proporcionará un respaldo esencial, tanto a los emprendedores, como a las empresas consolidadas, y de esta manera, se crea un precedente, que reconozca la importancia del registro de marcas, y que establezca mecanismos, con mucha más eficiencia, para la obtención y protección.

### **3.2.3 Objetivos**

Con el propósito de delinear el alcance y la dirección de la presente iniciativa, se han establecido los siguientes objetivos primordiales, los cuales constituyen el pilar fundamental de la propuesta:

#### **3.2.3.1 Objetivo general**

- Implementar un sistema informático integral para el registro de marcas de PYMES, que permita simplificar los trámites, reducir los costos e incentivar el uso de la propiedad intelectual como herramienta de competitividad.

#### **3.2.3.2 Objetivos específicos:**

- Digitalizar el proceso de registro de marcas mediante un portal web y una aplicación móvil del SENADI.
- Incorporar un asistente virtual con inteligencia artificial para guiar a las PYMES en cada etapa del trámite.
- Establecer la exoneración de tasas oficiales de registro para PYMES que justifiquen su condición.
- Diseñar un esquema de incentivos (publicidad gratuita, participación en ferias, beneficios fiscales) que motive a las PYMES a registrar sus marcas.

### **3.3 Desarrollo de la propuesta**

La propuesta se sustenta en tres pilares: digitalización, simplificación y fomento.

#### **3.3.1 Digitalización del proceso**

El trámite se realizará de manera 100% en línea a través de:

**1.- Portal Web del SENADI:** plataforma intuitiva con formularios simplificados y carga digital de documentos.

**2.- Aplicación móvil:** permitirá a los emprendedores realizar el seguimiento de su solicitud desde cualquier dispositivo.

**3.- Asistente virtual de IA:** orientará sobre la Clasificación de Niza, revisión de antecedentes, requisitos y notificaciones automáticas.

### 3.3.2 Simplificación administrativa y reducción de costos

Eliminación de requisitos innecesarios y tiempos de espera prolongados.

Registro gratuito para PYMES certificadas (previa validación en el Registro Único de MIPYMES – RUM).

Tiempos de respuesta más cortos (máximo 10 días para calificación de solicitudes).

### 3.3.3 Incentivos para fomentar el registro de marcas

Publicidad gratuita: espacio en la página web y aplicación móvil del SENADI.

- a. **Ferias y visibilidad internacional:** cupos preferenciales para PYMES con marcas registradas.
- b. **Beneficios fiscales:** deducción de los gastos asociados al registro en la declaración de impuestos.
- c. **Programas de apoyo:** vinculación con fondos concursables y créditos productivos.

### 3.4 Comparación internacional

La experiencia de otros países demuestra la viabilidad de implementar sistemas digitales para la protección de marcas:

- a. **Colombia (SIC Facilita):** plataforma simplificada que reduce tiempos de trámite a menos de 24 horas para ciertos registros.
- b. **Chile (INAPI Digital):** permite gestionar completamente en línea los registros de propiedad industrial, con buscadores de antecedentes gratuitos.
- c. **Unión Europea (EUIPO – Easy Filing):** herramienta dirigida a PYMES con un asistente virtual que guía todo el proceso de forma amigable.

Estas experiencias evidencian que el Ecuador puede adoptar un modelo similar adaptado a su realidad, fortaleciendo la competitividad de sus PYMES.

**RESUELVE:**

**EMITIR LA NORMA TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DEL SISTEMA  
INFORMÁTICO DE REGISTRO DE MARCAS PARA PYMES**

**Artículo 1.- Ámbito de aplicación.** - La presente Norma Técnica es de aplicación en todo el territorio nacional y regula el procedimiento de registro de marcas para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) a través de medios digitales administrados por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).

**Artículo 2.- Objeto.** - El objeto de la presente norma es establecer lineamientos claros para la creación y funcionamiento de un sistema informático integral que permita el registro simplificado, económico y seguro de marcas para PYMES, a través de:

- a. Portal web oficial del SENADI.
- b. Aplicación móvil con asistente virtual de inteligencia artificial (IA).

**Artículo 3.- Definiciones.** – Para efectos de esta Norma Técnica se entenderá por:

presente Norma Técnica, se establecen las siguientes definiciones:

- a. **Sistema Informático de Registro de Marcas:** Es la plataforma digital oficial, del SENADI, que permitirá realizar de forma electrónica todas las etapas del trámite de registro de marcas.
- b. **Asistente Virtual de IA:** Es una herramienta digital, incorporada en el portal, y la aplicación móvil, que brindará asesoría en tiempo real a las PYMES, sobre requisitos, clasificación de Niza, búsqueda de antecedentes y estado del trámite.
- c. **PYMES:** Son las empresas calificadas bajo el Registro Único de la MIPYME (RUM), conforme lo establece la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

**Artículo 4.- Procedimiento digital.** – El registro de marcas para PYMES se realizará íntegramente en línea, mediante las siguientes etapas:

- a. Creación de casillero virtual en el SENADI.
- b. Asistencia guiada por IA para el llenado de formularios.
- c. Búsqueda automática de antecedentes en la base de datos de marcas registradas.
- d. Carga electrónica de documentos de respaldo.
- e. Generación de comprobante de pago o solicitud de exoneración (cuando corresponda).
- f. Seguimiento en línea y notificaciones digitales.

**Artículo 5.- Reducción de costos.** – Las PYMES certificadas que justifiquen su condición podrán acceder a la exoneración del 100% de la tasa oficial de registro de marcas.

**Artículo 6.- Incentivos adicionales.** – Con el fin de fomentar el registro de marcas por parte de PYMES, el SENADI implementará los siguientes incentivos:

- a. Espacios de publicidad gratuita en la página web y aplicación móvil del SENADI.
- b. Acceso preferente a ferias y programas de internacionalización.
- c. Inclusión prioritaria en programas de financiamiento y fondos concursables.

**Artículo 7.- Comparación internacional.** – El SENADI podrá tomar como referencia las experiencias de oficinas de propiedad intelectual en países como:

**Colombia:** “SIC Facilita” (trámite simplificado en línea).

**Chile:** INAPI digital, con plataforma de autogestión y buscador público.

**Unión Europea (EUIPO):** Herramienta “Easy Filing” para PYMES con asistente virtual.

**Artículo 8.- Entrada en vigor.** – La presente Norma Técnica entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial y su implementación será progresiva en un plazo máximo de 12 meses.

## CONCLUSIONES

- El presente trabajo investigativo permitió analizar la importancia del registro de marcas como mecanismo de protección de la propiedad intelectual para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en el Ecuador, así como identificar las dificultades que enfrentan en el acceso a este derecho.
- En primer lugar, se constató que el proceso actual de registro presenta limitaciones relacionadas con la complejidad administrativa, los costos elevados y la falta de incentivos que motiven a los emprendedores a formalizar sus marcas, los obstáculos descritos, restringen la competitividad de las PYMES, y además generan riesgos de plagio, competencia desleal, y pérdida de identidad comercial.
- En segundo lugar, una vez realizado el análisis, se evidenció que la digitalización de los trámites, constituye una necesidad impostergable, en correspondencia con las políticas de simplificación administrativa, y transformación digital que impulsa el Estado ecuatoriano. La creación de un Sistema Informático Integral de Registro de Marcas para PYMES, sustentado en un portal web, y una aplicación móvil, se presenta como una solución viable, innovadora y eficiente.
- En tercer lugar, la incorporación de un asistente virtual, basado en inteligencia artificial, permitirá superar las barreras de desconocimiento, al poder brindar orientación en tiempo real, sobre la clasificación de Niza, los antecedentes registrales, los requisitos y el estado del trámite, garantizando un acceso más inclusivo y transparente.
- Asimismo, la reducción de costos, mediante la exoneración de tasas para las PYMES certificadas, democratiza el acceso a la protección de la propiedad intelectual, de esta forma asegurando, que esta no sea un privilegio exclusivo de grandes empresas. Al igual que, los incentivos complementarios, tales como la publicidad gratuita en el portal del SENADI, los beneficios fiscales, y el acceso preferente a ferias nacionales e internacionales, fortalecen el ecosistema emprendedor y promueven la innovación.
- Finalmente, la comparación internacional, con las experiencias de Colombia, Chile y la Unión Europea, demuestra la viabilidad de esta propuesta normativa, y evidencia, que la modernización de los sistemas de propiedad intelectual contribuye al crecimiento económico y al posicionamiento competitivo de las PYMES, en los mercados globales.

- En consecuencia, la emisión de la Norma Técnica para la Creación del Sistema Informático de Registro de Marcas para PYMES se configura como una propuesta integral que responde a las necesidades del sector productivo, garantiza la seguridad jurídica y contribuye al desarrollo económico y social del Ecuador.

## RECOMENDACIONES

- Al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI): Implementar la Norma Técnica propuesta mediante un plan progresivo que contemple el diseño tecnológico del sistema, la capacitación del personal y la integración de la inteligencia artificial como herramienta de asistencia a las PYMES.
- Al Estado ecuatoriano: Debe de garantizar la exoneración, o subsidio de tasas de registro para las PYMES, debidamente certificadas en el Registro Único de la MIPYME (RUM), con la finalidad de eliminar las barreras económicas, que limitan su acceso a la propiedad intelectual.
- A las PYMES: Incorporar el registro de marcas dentro de su estrategia de crecimiento, y posicionamiento, aprovechando los grandes beneficios de diferenciación comercial, publicidad gratuita, y acceso a ferias y programas de internacionalización que prevé la propuesta.
- En el ámbito normativo: Se debe complementar la presente Norma Técnica, con reformas legales orientadas al fortalecimiento de los mecanismos de observancia, y vigilancia digital de marcas, lo que permitirá prevenir el uso indebido o el plagio en entornos digitales.
- En el ámbito académico: Hay que fomentar nuevas investigaciones, sobre el impacto de la digitalización de los trámites de propiedad intelectual, en la competitividad de las PYMES, de manera que se genere conocimiento, el cual debe de ser analizado, y que respalde políticas públicas más eficaces.
- En cooperación internacional: Establecer convenios con oficinas de propiedad intelectual de referencia, tales como la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (SIC), el Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile (INAPI) y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), con el propósito de compartir buenas prácticas y mantener actualizado el sistema ecuatoriano.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abad Arévalo , D., Peñaherrera Toapaxi, D., & Campos Miño, S. (2023). Bases Legales para la Investigación Científica en Ecuador Ley orgánica de protección de datos personales. *Revista MetroCiencia*, 31(1). Recuperado el 26 de 05 de 2025, de <https://www.revistametrociencia.com.ec/index.php/revista/article/view/552/521>
- Abreu, J. L. (2015). Análisis al Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, 10(1), 205-2014. Recuperado el 25 de 05 de 2025, de [http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10\(1\)205-214.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10(1)205-214.pdf)
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación. Recuperado el 20 de febrero de 2025, de <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Costa, J. (2012). Construcción y Gestión Estrategica de la marca. *Revista Luciérnaga*, 4(8), 20-25. Recuperado el 08 de 06 de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5529533.pdf>
- Cueto Urbina, E. (2020). Investigación Cualitativa. *Applied Sciences in Dentistry*, 1(3). Recuperado el 08 de 06 de 2025, de <https://revistas.uv.cl/index.php/asid/article/view/2574/2500>
- De la Cruz, R. (2010). *Conocimientos Tradicionales, Biodiversidad y Derechos de Propiedad Intelectual – Patentes*. Recuperado el 15 de 06 de 2025, de Universidad para la Cooperación Internacional: [https://www.ucipfg.com/Repositorio/ELAP/Cursos-Libres/RB/Modulo\\_3/10\\_Cruz\\_tr.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/ELAP/Cursos-Libres/RB/Modulo_3/10_Cruz_tr.pdf)
- Echeverri Echeverri, R. D., & Franco Montoya, L. M. (2010). La propiedad intelectual en el marco de los derecho de la propiedad. *Teuken Bidikay, Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 1(1), 19. Recuperado el 10 de 06 de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8760977>
- Ecija. (2024). *La Importancia de la Propiedad Intelectual en el Desarrollo Económico de Ecuador*. Recuperado el 16 de 05 de 2025, de

<https://www.ecija.com/actualidad-insights/la-importancia-de-la-propiedad-intelectual-en-el-desarrollo-economico-de-ecuador/>

Ecuador, Asamblea Constituyente. (1998). *Constitución Política de la República del Ecuador (Derogada)*. Obtenido de Registro Oficial 1 del 11-08-1198: <https://gobiernocalvas.gob.ec/phocadownloadpap/BaseLegal/Leyes/Constitucion-RO1-11081998.pdf>

Ecuador, Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Registro Oficial 449 de 20-10-2008.

Ecuador, Asamblea Nacional. (09 de 12 de 2016). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos*. Recuperado el 16 de 05 de 2025, de Registro Oficial Suplemento 899: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Codigo-Organico-de-la-Economia-Social-de-los-Conocimientos-Creatividad-e-Innovacion.pdf>

Ecuador, Congreso Nacional. (1998). *Ley de Propiedad Intelectual (Derogada)*. Obtenido de Registro Oficial 320 del 19-05-1998: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6611.pdf>

Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2015). *La importancia del Registro de Marcas fue expuesta en "Expo País 2015"*. Recuperado el 18 de 05 de 2025, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/la-importancia-del-registro-de-marcas-fue-expuesta-en-expo-pais-2015/>

Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (2017). *¿Cómo registro una marca?* Recuperado el 20 de 05 de 2025, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Ecuador, Servicio Nacional de derechos intelectuales. (2024). *Resolución Nro 003-2024-DG-NT-Senadi*. Recuperado el 01 de 06 de 2025, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/2024/06/norma-t%C3%A9cnica-para-diligencia-preparatoria-signed.pdf>

Ecuador, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (s.f.). *La insitución*. Recuperado el 05 de 02 de 2025, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/institucion/>

- Erazo Gómez, E. V. (2022). *Beneficios del registro de marca en el goodwill de las empresas colombianas*. Recuperado el 15 de 06 de 2025, de Universidad Cesmag:  
<http://repositorio.unicesmag.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/868/3/CE EDE07-Esp.%20DE%20E65%202022.pdf>
- Folgueras Bertomeu, P. (2016). *Técnica de recogida de información: La entrevista*. Recuperado el 17 de 06 de 2025, de Universidad de Barcelona:  
<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Hoyos Ballesteros, R. (2016). *Branding: el Arte de Marcar corazones*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Recuperado el 25 de 08 de 2025, de  
<https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/08/Branding.pdf>
- Kotler, P., & Keller Lane, K. (2012). *Dirección de marketing* (14a. ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Mancheno Salazar, G. M., Mora Velasco, J. A., & Rea Saltos, A. S. (2024). *El uso indebido de las marcas en línea en el ordenamiento legal Ecuatoriano*. Recuperado el 26 de 02 de 2025, de Universidad Nacional del Chimborazo:  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14540>
- Medina Romero, M., Rojas León , R., Bustamante Hoces , W., Loaiza Carrasco, R., Martel Carranza, C., & Castillo Acobo, R. (2023). *Metodología de la Investigación: técnica e instrumentos de invesntigación*. Puno: Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. Recuperado el 08 de 11 de 2025, de  
<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Moura Vicente, D. (30 de 12 de 2010). Principios sobre conflictos de leyes en materia de propiedad intelectual. *Cuadernos de Derecho Transaccional*, 3(1), 5-23. Recuperado el 30 de 06 de 2025, de <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/1064/383>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2021). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Recuperado el 15 de 05 de 2025, de [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_450\\_2020.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf)

- Pérez Peña, O. A., & Castro Quishpi, S. S. (2023). Desafíos de la protección de los conocimientos tradicionales mediante la propiedad intelectual en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(1), 262-276. Recuperado el 15 de 06 de 2025, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8822440>
- Plazas Estepa, R. A. (2012). La marca registrada en Colombia; ventajas del protocolo de Madrid. *Revista Republicana*, 12, 133-144. Recuperado el 25 de 06 de 2025, de <https://ojs.urepublicana.edu.co/index.php/revistarepublicana/article/view/110/87>
- Saltos Cruz, J. G., León Saltos, A. C., & González Garces, L. E. (2017). La identidad de marca desde el criterio del consumidor ecuatoriano. *Revista Publicando*, 11(2), 463-479. Recuperado el 27 de 06 de 2025, de [https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/585/pdf\\_406](https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/585/pdf_406)
- Sanca Tinta, M. D. (2011). Tipos de Investigación. *Revista de Actualización Clínica*, 12, 621-624. Recuperado el 25 de 02 de 2025, de [http://revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000900011&script=sci\\_arttext](http://revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000900011&script=sci_arttext)
- Sánchez Huarcaya, A. O., Revilla Figueroa, D. M., Alayza Degola, M., Sime Poma, L., Mendivil Trelles de Peña, L., & Tafur Puente, R. (04 de 08 de 2020). *Los Métodos de Investigación para la elaboración de la Tesis de Maestría*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado el 12 de 11 de 2025, de <https://files.pucp.education/posgrado/wp-content/uploads/2021/01/15115158/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2.pdf>
- Santafé Santana, J. G. (2023). *Las marcas notorias en el Ecuador y su uso abusivo*. Recuperado el 29 de 06 de 2025, de Universidad Nacional del Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11741/1/Santafe%20Santana%20C%20J.%20%282023%29%20Las%20marcas%20notorias%20en%20el%20Ecuador%20y%20su%20uso%20abusivo..pdf>
- Solorzano, J. C., & Parrales, M. L. (2021). Branding: posicionamiento de marca en el mercado ecuatoriano. *Revista Espacios*, 42(12), 27-39. Recuperado el 07 de

02 de 2025, de  
<https://www.revistaespacios.com/a21v42n12/a21v42n12p03.pdf>

Villacreses Valle, J. A. (2010). *Beneficios que la persona natural o juridica obtienen con la marca en el Ecuador . Derechos que confiere la marca*. Recuperado el 06 de 08 de 2025, de Universidad de las Americas: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/385/1/UDLA-EC-TAB-2010-73.pdf>

## ANEXOS

<b>ENTREVISTA No. 1</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELLECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	ALEJANDRA DEFAZ CELORIO
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	MAGISTER EN DERECHO PROCESAL CONSTITUCIONAL
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	1723329270
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2022-449
<b>DOMICILIO</b>	6 DE DICIEMBRE Y GRANADOS
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0991850120
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	29 DE MAYO DE 2025
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
En Ecuador impulsa el desarrollo de las compañías. Esta protección jurídica del signo distintivo permite a las empresas afianzar su presencia en el mercado, favoreciendo la lealtad del consumidor y facilitando su incursión en diferentes nichos.	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
El marco normativo ecuatoriano en materia de propiedad intelectual, particularmente a través del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, ha consolidado una base legal robusta que promueve la innovación. Al conceder derechos exclusivos por un tiempo determinado a los creadores, se fomenta un entorno propicio para la inversión en investigación y desarrollo. No obstante, persisten retos en su implementación práctica, especialmente en lo relacionado con la disponibilidad de información y la agilidad en los procesos administrativos.	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	
Uno de los principales retos es el desconocimiento sobre la relevancia del registro de marcas y los derechos de propiedad intelectual, especialmente en sectores pequeños y en crecimiento. No obstante, la oportunidad reside en que, al registrar una marca, las empresas obtienen una herramienta eficaz para resguardar su identidad y expandirse en mercados cada vez más competitivos.	

**4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?**

La ausencia de registro de marcas expone a las empresas a la competencia desleal y al uso indebido de su imagen por terceros. Esto puede traducirse en pérdida de clientes, daños a la reputación y reducción de ingresos, afectando no solo a la empresa sino también al dinamismo económico local.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Una estrategia clave sería desarrollar campañas de educación enfocadas en emprendedores, PYMES y el público en general, para dar a conocer las ventajas y el proceso del registro de marcas. Además, el Estado debería fortalecer las entidades responsables de la propiedad intelectual, agilizando los trámites y optimizando el servicio al usuario.

**OBSERVACIONES**

Existe visión informada y equilibrada sobre la temática, reconociendo los avances y los retos pendientes en el ámbito del registro de marcas y la propiedad intelectual en Ecuador, y ofreciendo sugerencias constructivas para su mejora.

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD**



**Responsable:** José Luis Calahorrano

**Entrevistador**

**Entrevistado**



Mayra Alejandra

Time Stamping  
Security Data  
Deraz Celorio

<b>ENTREVISTA No. 2</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	Daniela Fernanda Garay Riera
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	Derecho Procesal
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	1726529736
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2022-1250 FACJ
<b>DOMICILIO</b>	José Josseau
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0987788842 – daniifer1216@gmail.com
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
Desde el punto de vista jurídico, inscribir una marca confiere al titular el derecho exclusivo de utilizarla, lo cual es fundamental para evitar prácticas de competencia desleal y el uso indebido por parte de terceros.	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
Desde mi labor como asesor de inventores y artistas, he observado que, aunque el marco legal vigente efectivamente resguarda sus obras, con frecuencia es percibido como complicado o poco accesible. Esta percepción puede convertirse en un obstáculo para la innovación, especialmente entre jóvenes creadores y emprendedores. Por ello, es fundamental que la normativa no solo otorgue derechos, sino que también se promueva activamente y se simplifique su aplicación para facilitar su aprovechamiento.	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	

Ante la creciente digitalización, uno de los desafíos principales es garantizar una protección eficaz en los espacios virtuales, donde la piratería y el uso no autorizado son frecuentes. Sin embargo, las plataformas digitales también ofrecen nuevas oportunidades para registrar y promover marcas, facilitando el acceso a mercados tanto nacionales como internacionales.

**4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?**

Sin contar con un registro oficial, las empresas no disponen de una protección legal definida, lo que crea un entorno de incertidumbre y posibles conflictos. Esta falta de seguridad restringe la inversión y el crecimiento empresarial, impactando negativamente en la competitividad y la estabilidad económica nacional.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Impulsar la digitalización completa de los procesos de registro, junto con el desarrollo de plataformas informativas accesibles, facilitaría que un mayor número de personas conozcan y utilicen el sistema de manera sencilla. Además, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial para asistencia en línea puede hacer que el trámite sea más intuitivo y amigable.

### OBSERVACIONES

Existe un valor significativo al señalar los desafíos prácticos que enfrentan los creadores y emprendedores. Las sugerencias para mejorar el sistema son relevantes y muestran una comprensión de las tendencias actuales.

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

**Responsable:** José Luis Calahorrano

**Entrevistador**



Daniela Fernanda  
García Riera  
Time Stamping  
Security Data

**Entrevistado** \_\_\_\_\_

<b>ENTREVISTA No. 3</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	DIANDRA PAOLA BENITEZ MOROCHO
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	ABOGADA, DERECHO CONSTITUCIONAL
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	1750266718
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2023-2494 FACJ
<b>DOMICILIO</b>	CATARAMA 333 Y PALENQUE
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0995887844, paolabenitez3c@outlook.com
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	28-MAYO-2025
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
<p>Para las micro, pequeñas y medianas empresas, así como para los emprendedores, la inscripción de una marca representa un paso estratégico fundamental. En un entorno altamente competitivo, contar con una marca registrada permite destacarse y fortalecer una identidad corporativa clara. Asimismo, brinda respaldo legal, lo cual resulta esencial para generar confianza en alianzas comerciales y facilitar el acceso a financiamiento, aspectos decisivos para impulsar el desarrollo y mejorar la competitividad.</p>	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
<p>El marco legal ecuatoriano desempeña un doble papel: brinda protección y promueve el desarrollo. Protege al otorgar seguridad jurídica a los creadores, y estimula al permitirles aprovechar comercialmente sus ideas. No obstante, las leyes por sí solas no garantizan el surgimiento de la innovación; es esencial que se complementen con políticas públicas que faciliten el acceso a financiamiento, programas de incubación y capacitación técnica.</p>	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	

Para las pequeñas y medianas empresas, los gastos y la dificultad del trámite de registro suelen representar obstáculos significativos. Sin embargo, al superar estas barreras, pueden consolidar su ventaja competitiva y prevenir disputas legales que podrían resultar mucho más onerosas a largo plazo

**4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?**

Para las pequeñas empresas y emprendedores, no contar con el registro de una marca puede resultar muy perjudicial, ya que dificulta la diferenciación y la consolidación de su presencia en el mercado. Esto frena su desarrollo y los expone a ser superados por competidores que sí tienen sus marcas protegidas.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Se podrían establecer incentivos, como descuentos en las tarifas o subsidios dirigidos a PYMES y emprendimientos innovadores, para facilitarles el acceso al registro de marcas. Asimismo, sería importante impulsar programas de financiamiento y asistencia técnica que ayuden a las empresas a proteger de manera más efectiva sus activos intangibles.

### OBSERVACIONES

Las respuestas fueron directas y abordaron cada pregunta de manera concisa, resaltando tanto los beneficios como los desafíos existentes. Se apreció el enfoque en la necesidad de políticas públicas complementarias para fomentar la innovación y facilitar el acceso al sistema de registro, así como las sugerencias concretas para incentivar una mayor participación.

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



**Responsable:** José Luis Calahorrano

**Entrevistador**



firmado electrónicamente por:  
DIANDRA PAOLA  
BENITEZ MOROCHO

Validar únicamente con FirmaEC

**Entrevistado** \_\_\_\_\_

<b>ENTREVISTA No. 4</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	Víctor Manuel Ulloa Pinos
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	Derecho Administrativo y Propiedad Intelectual
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	0250062015
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2022-964 F.A.
<b>DOMICILIO</b>	Quito, Av. República de El Salvador y Suecia
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0960090676
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	29/05/2025
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
<p>El registro de marcas trasciende el ámbito nacional y también tiene alcance internacional.</p> <p>Registrar una marca en Ecuador puede servir como punto de partida para protegerla en otras naciones, facilitando así la expansión y el reconocimiento a nivel global. Esto resulta especialmente importante para las empresas que desean ingresar a mercados extranjeros, ya que una marca protegida genera confianza y proyecta una imagen profesional.</p>	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
<p>Aunque en teoría el marco legal ecuatoriano impulsa la creatividad, en la práctica persisten obstáculos como la burocracia y la falta de información. Muchos creadores e innovadores desconocen que poseen derechos sobre sus obras o invenciones. Además, los costos y los plazos del proceso de registro pueden representar una barrera. Por ello, es fundamental que la normativa legal se acompañe de una modernización del sistema administrativo que facilite su aplicación.</p>	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	

Un reto fundamental es la limitada cultura legal sobre propiedad intelectual en el país. Sin una mayor difusión y concienciación, numerosos actores económicos no aprovechan las herramientas jurídicas disponibles. La oportunidad radica en desarrollar programas educativos y asesorías especializadas.

**4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?**

La ausencia de registro impulsa la informalidad y la aparición de productos o servicios que no cuentan con garantías de calidad. Esto perjudica a la economía formal y reduce la confianza de los consumidores, lo que debilita el desarrollo económico sostenible en Ecuador.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Impulsar colaboraciones entre el sector público, las cámaras de comercio y las asociaciones empresariales puede fortalecer la divulgación y formación en propiedad intelectual. Además, estas alianzas pueden ofrecer asesoría legal especializada y apoyo continuo durante el trámite de registro.

#### OBSERVACIONES

Preexisten consecuencias negativas de la falta de registro, vinculándola directamente con la informalidad, la falta de garantías de calidad y el debilitamiento del desarrollo económico sostenible

#### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



**Responsable:** José Luis Calahorrano  
**Entrevistador**

**Entrevistado**

VICTOR  
MANUEL

ULLOA PINOS

Firmado digitalmente por

VICTOR MANUEL  
ULLOA PINOS

Fecha:

2025.05.29  
11:34:57 -0500

<b>ENTREVISTA No. 5</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	Victoria Reina
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	Abogada en Propiedad Intelectual
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	1751121896
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2024-261
<b>DOMICILIO</b>	Quito
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	098-2988-914
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	29/05/2025
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
<p>Desde una perspectiva económica, contar con una marca registrada puede incrementar notablemente el valor de una empresa. Al tratarse de un activo intangible, puede ser utilizada en operaciones comerciales como licencias o ventas, lo que permite generar ingresos adicionales. Asimismo, una marca bien posicionada fortalece la imagen de la empresa en el mercado, atrayendo tanto a clientes como a potenciales aliados estratégicos, lo que favorece su expansión y competitividad.</p>	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
<p>Un sistema de propiedad intelectual sólido y ágil inspira confianza entre los emprendedores. Saber que sus ideas pueden resguardarse y convertirse en fuente de ingresos los motiva a invertir tiempo y recursos. Esto resulta especialmente importante en un país como Ecuador, donde la economía creativa está en expansión y el talento joven requiere de un marco jurídico que lo respalde para alcanzar su máximo potencial.</p>	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	

Para las empresas ecuatorianas que desean exportar o expandirse, proteger sus marcas en un entorno globalizado representa un reto mayor. Sin embargo, aprovechar los tratados internacionales y mecanismos de registro como el Protocolo de Madrid ofrece una valiosa oportunidad para garantizar la protección de sus marcas fuera del territorio nacional.

**4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?**

Las empresas que no cuentan con marcas registradas pierden posibilidades de establecer alianzas, otorgar licencias y expandirse, ya que no poseen los derechos legales necesarios para negociar y resguardar sus activos intangibles. Esto restringe su potencial de crecimiento y competitividad tanto en mercados nacionales como internacionales.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Incorporar temas relacionados con la propiedad intelectual y el registro de marcas en los planes de estudio universitarios y técnicos contribuiría a formar profesionales conscientes de la relevancia de estos asuntos. Esto fomentaría una cultura de protección y respeto hacia los derechos intelectuales desde etapas tempranas.

#### OBSERVACIONES

Se deja claro de cómo la falta de registro limita significativamente el potencial de crecimiento y expansión de las empresas al impedir la negociación y protección de sus activos intangibles, tanto a nivel nacional como internacional.

#### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



**Responsable:** José Luis Calahorrano  
**Entrevistador**

**Entrevistado**



ZARAI VICTORIA

Firmado electrónicamente por:

REINA CORAL

Validar únicamente con FirmaRC

<b>ENTREVISTA No. 6</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	Pamela Bolaños
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	Abogada
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	0105728174
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2021-700
<b>DOMICILIO</b>	Carcelén
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0984681773
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	29/05/2025
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
Registrar una marca estimula la innovación al ofrecer protección legal a las inversiones realizadas en el desarrollo de productos y servicios. Al garantizar que los aportes creativos de una empresa estén debidamente resguardados, se promueve la generación de nuevas propuestas y soluciones, lo cual puede convertirse en una fuente de ventajas competitivas sostenibles y en un motor para el crecimiento constante.	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
La propiedad intelectual constituye el motor fundamental de las industrias culturales y creativas. Un marco legal adecuado no solo resguarda obras como canciones, libros o películas, sino que también impulsa la profesionalización del sector.	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	
El acelerado avance tecnológico plantea un desafío continuo para actualizar la protección de marcas y otros derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, también ofrece una oportunidad para que los innovadores ecuatorianos fortalezcan su presencia y posicionen su marca en sectores dinámicos y en crecimiento, como la tecnología y las ciencias aplicadas.	
<b>4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?</b>	

La ausencia de protección de marcas desalienta la inversión en innovación y calidad, ya que las empresas temen que sus iniciativas puedan ser imitadas sin enfrentar repercusiones legales. Esto impacta negativamente en la competitividad del sector productivo y frena el avance tecnológico del país.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Realizar campañas en medios masivos y redes sociales que incluyan testimonios de empresarios que hayan aprovechado la protección de sus marcas puede incentivar a otros a hacer lo mismo. Contar historias reales facilita la conexión y sensibilización del público.

#### OBSERVACIONES

Al abordar los desafíos y oportunidades, he puesto de relieve la necesidad de una adaptación constante de la protección de la propiedad intelectual ante el avance tecnológico, viendo en este dinamismo una oportunidad para que los innovadores ecuatorianos se posicionen en sectores de alto crecimiento.

#### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



**Responsable:** José Luis Calahorrano  
**Entrevistador**



firmado electrónicamente por:

**Entrevistado**

**JOSSELINNE  
PAMELA BOLANOS  
GONZALEZ**

<b>ENTREVISTA No. 7</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	Wilson Sebastián Serrano León
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	Abogado en Derecho
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	1724589526
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2022-1042
<b>DOMICILIO</b>	Rep. De El Salvador y Suecia
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0961630888
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	29-05-2025
<b>PREGUNTAS</b>	
<b>1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?</b>	
Una marca registrada representa para los consumidores un sello de confianza y calidad. Al asegurar que los bienes o servicios provienen de un origen auténtico, se refuerza la imagen y credibilidad de la empresa. Esta percepción positiva por parte del público es clave para conservar e incrementar la participación en el mercado, lo cual impacta directamente en el crecimiento y la capacidad competitiva de la organización.	
<b>2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?</b>	
La legislación de propiedad intelectual en Ecuador ofrece un estímulo para que universidades y centros de investigación desarrollen patentes y faciliten la transferencia tecnológica. Esto es fundamental para vincular la ciencia con la industria. Sin embargo, aún se requiere una mejor integración entre los aspectos legales y científicos, así como fomentar una cultura de protección de la innovación dentro del ámbito académico.	
<b>3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?</b>	
Uno de los obstáculos más comunes es la demora y la burocracia en los procesos de registro, lo que puede desanimar a los agentes económicos. No obstante, la modernización del sistema registral junto con la digitalización de los trámites ofrece una oportunidad para aumentar la eficiencia y facilitar el acceso, fortaleciendo así la protección y la competitividad.	
<b>4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?</b>	

Las empresas que no registran sus marcas se exponen a un mayor riesgo de enfrentar disputas legales costosas, debido a la ausencia de protección que las coloca en una posición vulnerable frente a terceros. Esto puede traducirse en elevados costos y pérdida de tiempo en procesos judiciales, perjudicando su estabilidad financiera.

**5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?**

Disminuir la burocracia y hacer los procesos más transparentes es fundamental para fomentar el uso del sistema. La implementación de mecanismos de seguimiento en línea y la atención personalizada acelerarían los trámites y generarían mayor confianza entre los usuarios.

#### OBSERVACIONES

He propuesto disminuir la burocracia y aumentar la transparencia de los procesos como estrategias fundamentales para fomentar un uso más efectivo del sistema, sugiriendo la implementación de mecanismos de seguimiento en línea y atención personalizada para generar mayor confianza y eficiencia.

#### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



**Responsable:** José Luis Calahorrano

**Entrevistador**

Firmado digitalmente  
por WILSON  
SEBASTIAN SERRANO  
LEON

**Entrevistado** SEBASTIAN  
SERRANO LEON Fecha: 2025.05.29  
12:42:17 -05'00'

<b>ENTREVISTA No. 8</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCAS Y EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELLECTUAL EN EL ECUADOR</b>	
<b>ENTREVISTADO (A)</b>	Tamara Lucía Morales Ñacato
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	Abogada especialista en Derecho Administrativo
<b>CEDULA DE IDENTIDAD</b>	1718419326
<b>NUMERO DE MATRICULA</b>	17-2008-12 F.A.P
<b>DOMICILIO</b>	Llano Chico Conjunto Las Camelias
<b>MEDIOS DE CONTACTO</b>	0995887108
<b>FECHA VERIFICACIÓN</b>	29 de mayo de 2025
<b>PREGUNTAS</b>	
1.- ¿Cuál es el impacto del registro de marcas en el crecimiento y la competitividad de las empresas ecuatorianas?	<p>La inscripción de una marca constituye una estrategia preventiva eficiente frente a eventuales conflictos legales. Al obtener derechos exclusivos sobre un signo distintivo, la empresa se resguarda de posibles usos no autorizados y reduce el riesgo de enfrentar litigios costosos. Esta protección legal brinda un entorno más seguro para operar, permitiéndole enfocarse en su crecimiento y en fortalecer su posición competitiva.</p>
2.- ¿Cómo influye el marco legal de la propiedad intelectual en la innovación y la creatividad en el Ecuador?	<p>La legislación en propiedad intelectual actúa como un impulsor, siempre que se mantenga vigente y esté respaldada por un entorno institucional eficiente. No es suficiente con otorgar protección; es fundamental garantizar el cumplimiento de los derechos, combatir la piratería y fomentar licencias y colaboraciones estratégicas. De esta manera, la creatividad puede transformarse en un auténtico motor de desarrollo.</p>
3.- ¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades que enfrentan los actores económicos ecuatorianos en relación con el registro de marcas y la protección de sus derechos de propiedad intelectual?	<p>Los agentes económicos están expuestos de manera continua al riesgo de enfrentarse a conflictos legales debido a infracciones o copias sin autorización, lo que puede perjudicar tanto su reputación como sus recursos financieros. Por esta razón, registrar una marca representa una oportunidad para evitar disputas y disponer de un respaldo legal firme que facilite la defensa efectiva ante cualquier vulneración de sus derechos.</p>
4.- ¿De qué manera la falta de registro de marcas afecta a las empresas y a la economía ecuatoriana en general?	

A nivel macroeconómico, la falta de un sistema sólido para el registro de marcas restringe la formalización económica, la creación de empleos y la captación de inversiones. Un marco débil de protección intelectual afecta negativamente la reputación del país como un lugar confiable para negocios innovadores.

5.- ¿Qué estrategias y políticas se podrían implementar para fomentar una mayor conciencia y un uso más efectivo del sistema de registro de marcas y la protección de la propiedad intelectual en el Ecuador?

Es imprescindible crear políticas públicas integrales que relacionen la propiedad intelectual con el desarrollo económico y la innovación, articulando esfuerzos entre diversos ministerios y sectores. Estas políticas deben contemplar formación, protección eficaz y respaldo a emprendedores para potenciar sus resultados.

### OBSERVACIONES

He considerado resaltar cómo la falta de un sistema robusto de registro de marcas impacta negativamente a nivel macroeconómico, restringiendo la formalización, la creación de empleo y la atracción de inversiones, y afectando la reputación del país como un lugar confiable para la innovación.

### FIRMAS DE RESPONSABILIDAD



**Responsable:** José Luis Calahorrano

**Entrevistador**

**Entrevistado**



**TAMARA LUCIA**

Firmado electrónicamente por:

**MORALES NACATO**

Validar únicamente con FirmaEC