

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

Efectos de los derechos de propiedad intelectual en la competitividad de las empresas ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea

AUTOR:

Díaz-Salvatierra Joan Argelis

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**

TUTOR:

Ing. Julio Ricardo Villacrés Roca, Mgs

Guayaquil, Ecuador

18 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Díaz-Salvatierra Joan Argelis**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR

f. _____
Ing. Julio Ricardo Villacrés Roca, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Gabriel Elizabeth Hurtado Cevallos, Mgs.

Guayaquil, a los 18 del mes de marzo del año 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Díaz-Salvatierra Joan Argelis

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Efectos de los derechos de propiedad intelectual en la competitividad de las empresas ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 del mes de marzo del año 2019

EL AUTOR

f. _____
Díaz-Salvatierra Joan Argelis.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

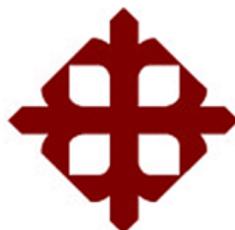
Yo, **Díaz-Salvatierra Joan Argelis**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **efectos de los derechos de propiedad intelectual en la competitividad de las empresas ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 del mes de marzo del año 2019

EL AUTOR:

f. _____
Díaz-Salvatierra Joan Argelis



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE DE URKUND

← → ↻ <https://secure.orkund.com/view/47025370-162503-170951#FYxLbsMwDAXv4jURiKETET64SZFEeFFsSky6N07gj2mPHxPn+P5Pq63ISqqfNUgoaBFDWc4Z+97OkzRyf9cokEm8bVh1/...> ☆ ⓘ ⋮

ORKUND

Documento [DIAZ SALVATIERRA JOAN AVANCE FINAL.docx](#) (D48152299)

Presentado 2019-02-20 22:39 (-05:00)

Presentado por jads_fs@hotmail.com

Recibido julio.villacres.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje Avance Final JDS [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de estas 126 páginas, se componen de texto presente en 28 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
⊕	http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&oid=S0187-358X2006000200003 <input type="checkbox"/>
⊕	http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180315651012 <input type="checkbox"/>
⊕	https://revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/article/view/17600/37350 <input type="checkbox"/>
⊕	https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/ <input checked="" type="checkbox"/>
⊕	https://bizfluent.com/list-6316752-effects-economic-integration-globalization.html <input type="checkbox"/>
⊕ >	https://www.lawinsider.com/contracts/4etyfbnuQIT7yzEkeni6N3/flagstone-reinsurance-holdi... <input type="checkbox"/>

1 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

AUTOR(ES) Joan A. Díaz-Salvatierra REVISOR(ES)/TUTOR(ES) Ing. Villacrés Roca, Julio Ricardo, Mgs
INSTITUCIÓN: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil FACULTAD: Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas CARRERA: Gestión Empresarial Internacional TÍTULO OBTENIDO: Ingeniero en Gestión
Empresarial Internacional FECHA DE PUBLICACIÓN: 18 de febrero de 2019 No. DE PÁGINAS: (# de páginas)
ÁREAS TEMÁTICAS: Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Marketing Internacional PALABRAS CLAVES/
KEYWORDS: Propiedad Intelectual, Competitividad, Acuerdo Multipartes ECU-EU, Innovación
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

ADJUNTO PDF:

SI NO CONTACTO CON AUTOR/ES: Teléfono: +593-4-904937832 E-mail: jads_fs@hotmail.com CONTACTO CON
LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: Nombre: Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Mgs.

Teléfono: +593-4-3804601 Ext. 1637

E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA No. DE REGISTRO (en base a
datos): No. DE CLASIFICACIÓN: DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

2
XV

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de investigación, si bien ha demandado de arduo esfuerzo y mucha dedicación por parte del autor y su tutor de apoyo, no hubiese sido posible su culminación sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que a continuación nombrare, las cuales han sido un pilar muy sólido en momentos de angustia, ansiedad y desesperación.

A Dios,

Por estar siempre en cada paso que doy y en cada paso que daré, por darme sabiduría, fuerzas y salud para la realización y culminación de este estudio, escucharme en mis oraciones, por darme a la mejor familia y por permitirme conocer a excelentes profesores y amigos para mi plasticidad profesional y personal.

A mis padres,

Rosa y Pedro, por ser mis motores, mis guías, mis amigos y mis repositorios de respuestas emocionales, por apoyarme, por creerme y por moldearme en la persona quien soy ahora y seré en un futuro y ser mis portadores de dignos ejemplos, valores y por sus arduos y valiosos esfuerzos puestos en mí.

A mis hermanas,

Lesley y Camila, por su paciencia y apoyo en la construcción y finalización de este estudio, por ser un canal de equilibrio, superación y soporte para seguir adelante y mostrarle que si se puede lograr, con esfuerzo y dedicación, cualquier propósito puede logarse.

A mi familia consanguínea y afinidad materna y paterna,

Abu Talía B., Julia S., Katty S., Félix S., Gina S., Mariana S, Guísela A., Lucho S., Marina Z., Rubén D., Manolo R., Sara S., Marcos A., Bryan D., Génesis D., Eileen D., Jeremy R., Ezequiel R., Mía Marcela R., Mathias B., Tais S., Melanie S.,

Anthony S., Xavier A., Andrea V., Aleah A., Abu Sara P., y Raúl D., por cuidarme y bríndame las mejores aventuras, por formarme y animarme a dar lo mejor de mí y a ser una buena persona, mucho más, ahora que la distancia nos separa empero esas palabras motivacionales, han cruzado fronteras y me permitieron culminar el presente proceso.

A mis profesores,

A quienes les doy mis más sinceros agradecimientos, por ser mis canales de conocimientos y de preparación para un futuro competitivo no solo con los mejores profesionales sino también con las mejores personas, por sus consejos y confianza desinteresada, en especial a mi tutor Ing. Julio Ricardo Villacrés, Mgs, quien ha sido, más que un profesor un amigo, un consejero y una guía. Cada uno de sus consejos ha sido parte y serán parte de mi formación profesional y personal.

A mis amigos,

Por saberme comprender y entender como persona y como ser humano, por brindarme las mejores experiencias de mi vida, por ayudarme en todas aquellas etapas de mi vida universitaria y permitir también ser partes de sus vidas, a través de un consejo o un apoyo académico, en especial a todos aquellos que más que amigos se han convertido en verdaderos/as hermanos/as, Carlos Parra y Freddy Vélez, con quien he recorrido una larga trayectoria, compartido muchas historias y con quienes siempre contare sin dudarlo, sus amistades, sus palabras motivacionales y sus apoyos desinteresados son actos invaluable que no todos tenemos la oportunidad de tenerlo. A mi amiga y confidente Kattia Véliz por brindarme su apoyo, cariño, aprecio, paciencia y confianza desde el primer día de mi vida universitaria. A María Fernanda Inga y Jennifer Mendoza por todo el cariño, animo, amistad y por las maravillosas aventuras que me permitieron seguir conociendo a increíbles personas y por

permitirse ser parte de sus vidas. Por concluir, un total agradamiento a mis grupos sociales en la que puedo contar sin importar la situación en la que nos encontremos, en especial a los *Gosspitellers* y *Packers*, una pequeña comunidad de amigos universitarios, con quienes hemos compartido muchas alegrías y aventuras, ellos han sido parte fundamental de este proceso y han sido mi canal de bienaventuranzas en mis momentos de ansiedad, Geoconda Coello, Alex Loor, Héctor Vásquez, Carlos Vite, Zafiro Ochoa, Yuly Torres, Alejandra Sánchez, Evelyn Ugarte, Stephanie Pacheco, Hugo Páez. A Luisa Delgado, Stefanie Alarcón, María Fernanda Yagual, por el grato apoyo incondicional durante esos últimos días de presentación de este trabajo.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que han experimentado su apoyo en este trabajo, que no necesito nombrar porque tanto ellas como yo sabemos que siempre estaré profundamente agradecido por haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo, credibilidad, y sobre todo amistades y aprecio.

DEDICATORIA

A Dios, el supremo investigador y el partícipe de todo este proceso, por ser mi fortaleza, fe, salud y vida para enfrentar los imperativos de la vida; a mis adorables, incondicionales y motores de vida, mis padres Rosa y Pedro; a mis hermanas por el arduo apoyo, Lesley y Camila; A mi mascota por acompañarme en todo instante, Junior Nathaniel; a mi familia consanguínea y de afinidad que a la distancia me brindaron y me animaron con su apoyo a terminar este proceso, tías/os, primas/os, abuelas/os



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Gabriela Elizabeth Hurtado Cevallos Mgs.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

Ing. Félix Miguel Carrera Buri Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Carmen Paola Padilla Lozano PhD
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

JOAN ARGELIS DÍAZ-SALVATIERRA

ÍNDICE GENERAL

ANTECEDENTES.....	2
CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA	6
FORMULACION DEL PROBLEMA.....	11
JUSTIFICACION.....	11
OBJETIVOS.....	12
GENERAL	12
ESPECIFICO.....	13
DELIMITACIONES.....	13
LIMITACIONES.....	14
PREGUNTAS DE INVESTIGACION.....	14
Capítulo I	16
1.1 MARCO HISTORICO.....	16
1.2 Propiedad Industrial.....	16
1.2.1 <i>Era Medieval y el Renacimiento</i>	17
1.3 Derecho de Autor.....	22
1.3.2 Las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual	33
1.3.3 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) – <i>World Intellectual Property Organization (WIPO)</i>	34
1.3.4 OMPI como parte del Organismo de la Naciones Unidas (ONU)	

1.3.5	Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).....	36
	MARCO LEGAL	39
1.3.6	Tipos de Propiedad Industrial.....	39
	MARCO REFERENCIAL.....	71
	PROPUESTA TEÓRICA	78
1.3.7	Los derechos de Propiedad Intelectual	79
1.3.8	Relación entre los derechos de Propiedad Intelectual y la innovación.....	81
1.3.9	Relación de la Innovación y la competitividad.....	90
1.3.10	Competitividad e Innovación del sector empresarial.....	99
Capítulo 2	107
2.1	Metodología de la Investigación	107
2.2.1	Enfoque.....	107
2.2.2	Planteamiento de la investigación	109
2.2.3	Alcance de la investigación	110
2.2.4	Hipótesis	114
2.2.5	Operacionalidad de las variables	119
2.2.6	Diseño de investigación	120
2.2.7	Estudios de Casos	122
2.2.8	Población y Muestra.....	123
2.2.9	Recogida de datos	123
Capítulo 3	125

3.1	Recolección y Análisis de los datos estadísticos	125
3.1.1	Estadísticas de solicitudes presentadas de Propiedad Industrial – Periodo 2015 al 2018.....	126
3.1.2	Estadísticas de solicitudes presentadas de la Unidad Gestión de Patentes – Periodo 2015 al 2018.....	153
3.1.3	Estadísticas de certificados entregados de derechos de autor y derechos conexos - Periodo 2015 al 2018	179
	Recolección y Análisis de las entrevistas	207
3.1.4	Interpretación de las entrevistas	220
3.1.5	Hallazgos	228
Capítulo 4	236
4.1	Beneficios del Acuerdo Multipartes en términos de propiedad intelectual	236
4.1.1	Tipos de convenios internacionales donde está suscrito Ecuador	237
RECOMENDACIONES	243
REFERENCIAS (o BIBLIOGRAFÍA)	245
ANEXOS	267
Apéndice A	267

ÍNDICE DE TABLAS

1. Definiciones de las variables Parte 1 de 2. Elaborado por Autor.....	118
2. Definiciones de las variables Parte 2 de 2. Elaborado por Autor.....	119
3. Instrumento de Operación para el tratamiento de las variables. Elaborado por Autor.....	120
4. Cuadro de comentarios sobre innovación: Modificación, Introducción y Promoción de productos o servicios mejorados, desarrollo de marca e identidad corporativa y Si los DPI representan innovación. Elaborado por Autor.....	208
5. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 1 de 4: Retos o necesidades de mejora de competitividad, DPI como medio para competir. Elaborado por Autor.	209
6. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 2 de 4: Inversiones en los establecimientos. DPI como medio para competir Elaborado por Autor.....	210
7. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 3 de 4: Inversiones en los establecimientos y cuestionamiento del modelo teórico planteado en la investigación. Elaborado por Autor.	211
8. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 4 de 4: Principal mercado, índices para medir competitividad y la innovación y DPI como medio para competir y ganar competitividad. Elaborado por Autor.....	212
9. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 1 de 5: tipos de DPI que conocen y los más utilizados por las empresas y el país y Cuestionamiento del modelo teórico planteado en la investigación. Elaborado por Autor.....	213
10. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 2 de 5: Beneficios de la P.I. y de proteger activos intangibles. Elaborado por Autor.....	214
11. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 3 de 5: Tipos de DPI más utilizados por criterio propio, por las empresas y el país, Cuestionamiento del modelo teórico planteado en la investigación. Elaborado por Autor.....	215

12. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 4 de 5: Motivos para la no aplicación una fuera de la región con enfoque a la UE. Elaborado por Autor.	216
13. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 5 de 5: Motivos por no acogerse a la protección inmediata y si ha aplicado una fuera de la región con enfoque a la UE, Asesoramiento sobre P.I. Elaborado por Autor.....	217
14. Cuadro de comentarios sobre el Acuerdo Multipartes Parte 1 de 2: De que trata el Acuerdo Multipartes, que beneficios tiene el Acuerdo Multipartes, retos y/o desafíos del Acuerdo Multipartes. Elaborado por Autor	218
15. Cuadro de comentarios sobre el Acuerdo Multipartes Parte 2 de 2: Estado actual de progreso del Acuerdo Multipartes, instrumentalización de los beneficios del Acuerdo Multipartes, Aprovechamiento de las empresas a partir del Acuerdo Multipartes. Elaborado por Autor.	219
16. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Protección de la P.I Parte 1 de 3. http://www.wipo.int/treaties/es/ Elaborado por el Autor.	238
17. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Protección de la P.I Parte 2 de 3. http://www.wipo.int/treaties/es/ Elaborado por el Autor	239
18. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Protección de la P.I Parte 3 de 3. http://www.wipo.int/treaties/es/ Elaborado por el Autor.	240
19. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Tratados de Registro. http://www.wipo.int/treaties/es/ Elaborado por el Autor.	241
20. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Tratados de Clasificaciones. http://www.wipo.int/treaties/es/ Elaborado por el Autor.	242

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Tipos de Marcas. Imagen 1 de 2. Obtenido de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/	44
2. Tipo de Marca. Imagen 2 de 2. Obtenido de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/	44
3. Las dominaciones de origen vigentes en el Ecuador. Obtenido de http://www.cibepyme.com/minisites/ecuador/es/propiedad-intelectual/indicaciones-denominacion/	47
4. Semejanzas y Diferencias de los Derechos de Autor y el Copyright. Obtenido de http://legalidad.aomatos.com/propiedad_intelectual_derechos_de_autor_y_copyright.html	60
5. Facultades de los derechos patrimoniales y morales. Obtenido de https://marianaeguaras.com/derechos-de-autor-diferencia-entre-morales-y-economicos/	69
6. Relación indirecta de los derechos de propiedad intelectual y la competitividad, a través de la innovación. Elaborado por autor.	78
7. Etapas de la generación de innovación. Obtenido de https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5320/1/33-1.pdf	85
8. Proceso de la Invención. Obtenido de https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5320/1/33-1.pdf	85
9. Beneficios de las innovaciones empresariales, Obtenido de (Inno SupportTrasfer, 2007) y traducido y adaptado por el Autor.....	94
10. Hipótesis casual multivariedad de la investigación basados del modelo teórico. Elaborado por autor.	116

RESUMEN

Los cambios tecnológicos, la globalización y la transición a la llamada “economía del conocimiento” han transformado la competencia global y ha cambiado la forma de competir entre empresas y países. Por lo tanto, para garantizar la sobrevivencia y prosperidad en este siglo XXI, se debe buscar diferentes alternativas para mantenernos a flote. Los tratados comerciales son una de las alternativas que adoptan los países porque nos brindan una estructura comercial, jurídica y económica para atraer inversiones, tecnología e innovación; promover la empleabilidad, fomentar un desarrollo sostenible, integrar mercados y ser un canal para mejorar las ventajas competitivas. Dicho esto, el Ecuador negoció un Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea. El objetivo de este trabajo de investigación abarcó un subcapítulo de dicho Acuerdo, llamado Propiedad Intelectual, por lo tanto, se estudió si hay incidencia de los derechos de propiedad intelectual condicionados a la innovación en la competitividad del sector empresarial ecuatoriano frente al sector empresarial europeo. Se utilizó un enfoque mixto para analizar patrones de comportamiento de los registros DPI publicados durante el periodo 2015 al 2018 por el SENADI/IEPI (CUAN) y mostrar cómo y por qué, a través de entrevistas a expertos, existe mayor solicitudes extranjeras ingresadas que ecuatorianas (CUAL). La recolección y el análisis fueron concurrente (DISTRAC), los resultados cuantitativos mostraron que existen mayor patentamiento de invenciones PCT extranjeras que ecuatorianas a diferencia de las otras solicitudes de DPI industriales y derechos de autor; los resultados cualitativos mostraron que existen diferentes ineficiencias el mismo sistema ecuatoriano que no permiten desarrollar estas actividades eficazmente, a pesar de que, hemos modernizado los sistemas institucionales y tenemos un tratado que promueve la competitividad. Del ese modo, se argumenta que aunque la teoría explica que si hay una incidencia de los DPI condicionadas a la innovación en la competitividad, en la realidad ecuatoriana, el sector empresarial ecuatoriano no es verdaderamente competitivo frente al sector empresarial europeo. En fin, se concluye que el Acuerdo no está siendo utilizado correctamente y que si estos problemas internos continúan vamos a tener más solicitudes de patentes extranjeras que ecuatorianas.

Palabras Claves: Derechos de Propiedad Intelectual, Competitividad, Acuerdo Multipartes ECU-EU,

ABSTRACT

The technological changes, globalization and the transition to the so-called "knowledge economy" are the main factors that have transformed global competition and changed the way of competing between companies and countries. Therefore, to guarantee survival and prosperity in this 21st century, we must look for different alternatives to keep afloat. Trade agreements are one of the alternatives that countries adopt because they provide us with a commercial, legal and economic structure to attract investment, technology and innovation; promote employability, promote sustainable development, integrate markets and be a channel to improve competitive advantages. That said, Ecuador negotiated a Multiparty Trade Agreement with the European Union. The objective of this research work covered a subchapter of this Agreement, called Intellectual Property; therefore, it was studied if there is an incidence of intellectual property rights conditioned to innovation in the competitiveness of the Ecuadorian business sector against the European business sector. A mixed approach was used to analyze patterns of behavior of the DPI registries published during the period 2015 to 2018 by the SENADI / IEPI (QUAN) and to show how and why, through interviews with experts, there are more foreign applications filed than Ecuadorian ones (QUAL). The collection and analysis were concurrent (DISTRAC), the quantitative results showed that there is more patenting of foreign PCT inventions than Ecuadorian ones, unlike the other requests of industrial IPRs and copyrights; the qualitative results showed that there are different inefficiencies in the Ecuadorian system that do not allow us to develop these activities effectively, despite the fact that we have modernized the institutional systems and have a treaty that promotes competitiveness. Thus, it is argued that although the theory explains that if there is an incidence of IPR conditional on innovation in competitiveness, in the Ecuadorian reality, the Ecuadorian business sector is not truly competitive with the European business sector. Finally, it is concluded that the Agreement is not being used correctly and that if these internal problems continue we will have more foreign patent applications than Ecuadorian ones.

***Keywords: Property Intellectual Rights, Competitiveness, Commercial
Bilateral Treaty ECU-EU***

RÉSUMÉ

Les changements technologiques, la mondialisation et la transition vers la soi-disant "économie de la connaissance" ont transformé la concurrence mondiale et changé la manière de faire concurrence entre les entreprises et les pays. Par conséquent, pour garantir la survie et la prospérité en ce 21^{ème} siècle, nous devons rechercher différentes alternatives pour rester à flot. Les accords commerciaux sont l'une des solutions de rechange adoptées par les pays car ils nous fournissent une structure commerciale, juridique et économique permettant d'attirer les investissements, la technologie et l'innovation; promouvoir l'employabilité, promouvoir le développement durable, intégrer les marchés et constituer un moyen d'améliorer ses avantages concurrentiels. Cela dit, l'Équateur a négocié un accord commercial multipartite avec l'Union européenne. L'objectif de ce travail de recherche couvrait un sous-chapitre de cet accord, appelé propriété intellectuelle. Il a donc été étudié s'il existait une incidence de droits de propriété intellectuelle conditionnant l'innovation dans la compétitivité du secteur des entreprises équatorien par rapport au secteur européen des entreprises. Une approche mixte a été utilisée pour analyser les schémas de comportement des registres DPI publiés entre 2015 et 2018 par le SENADI / IEPI (QUAN) et pour montrer comment et pourquoi, grâce à des entretiens avec des experts, les demandes étrangères déposées par plus de personnes que les demandes équatoriennes (QUAL). La collecte et l'analyse étaient concurrentes (DISTRAC), les résultats quantitatifs ont montré qu'il y avait plus de brevets d'inventions étrangères en PCT que d'inventions équatoriennes, contrairement aux autres demandes de droits de propriété industrielle et de droits d'auteur; les résultats qualitatifs ont montré que le système équatorien présentait différentes inefficiences qui ne nous permettaient pas de développer efficacement ces activités, malgré le fait que nous ayons modernisé les systèmes institutionnels et signé un traité favorisant la compétitivité. Ainsi, il est avancé que, bien que la théorie explique que si l'incidence des DPI dépend de l'innovation en matière de compétitivité, le secteur des entreprises équatorien n'est pas vraiment concurrentiel par rapport à celui des entreprises européennes. Enfin, il est conclu que l'Accord n'est pas utilisé correctement et que, si ces problèmes internes persistaient, nous aurions plus de demandes de brevets étrangers que de demandes équatoriennes.

Mots Clés: Droits de Propriété Intellectuelle, Compétitivité, L'accord commercial bilatéral ECU-EU

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Los cambios tecnológicos, la globalización y la transición a la llamada “economía del conocimiento” han transformado la competencia global y ha cambiado la forma de competir entre empresas y países. Douglas y Craig (1995) afirman que la globalización ya no es una abstracción sino una omnipresente realidad que enfrentan prácticamente todas las empresas, grandes y pequeñas. Para considerarse competitivos se debe de alguna forma “obligada”, ofrecer un valor innovador (productos y/o servicios innovadores) de alto valor agregado (en términos contables (precios de e mercado y costos de producción) o términos económicos (transformación de la materia prima en el proceso productivo), e intensivos de conocimiento (I +D). Un elemento clave para la transformación política y económica de cualquier país es la creación de un importante sector privado, y un mayor desarrollo de la actividad emprendedora.

Aunque la economía global está asociada a las grandes empresas multinacionales, no obstante, las PyMEs constituyen y se representan como una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, sobre todo en las economías emergentes, donde se realiza un aporte fundamental a las exportaciones y al comercio, la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación. Los investigadores sugieren que para que las PyMEs sobrevivan en el siglo XXI deben enfrentar esta fuerza que abarca todo el entorno mundial. Por ejemplo, un sinnúmero de industrias, desde la fabricación hasta la comida y la ropa, se enfrentan a las presiones de la competencia global desde casa hasta en los mercados internacionales (Elikem-Ocloo, Akaba, & Worwui-Brown, 2017). Elegir no participar en los mercados ya no es una opción. Por lo tanto, todas las empresas deben anticipar, responder y adaptarse al entorno competitivo en todo el mundo.

Por otra parte, la globalización implica la difusión de ideas, prácticas y tecnologías. Para ser ventajosamente competitivos dependerá mucho del talento o habilidad para inventar, exhibir y distribuir nuevos productos y procedimientos (Porter y Stern, 2002). La capacidad de innovar depende en parte del reconocimiento que una sociedad otorgue a las ideas y a la creatividad” (Campos, Gutiérrez, Saracho-Martínez, y Rios, 2009, p.7). La innovación finalmente termina siendo el fruto de la creatividad que se concreta en la correcta ejecución de una estrategia bien pensada e implementada con éxito (Bouby Tolentino, 2000). Todo descubrimiento intelectual producto de la creatividad misma se transforman en innovaciones, tomado forma de nuevos diseños, productos, servicios, documentos académicos, métodos de producción u obras artísticas; su naturaleza original y su carácter innovador hacen que sea necesario protegerlos. Al comienzo del proceso de innovación suele haber una idea, sin embargo para convertirse en Propiedad Intelectual deben transformarse en innovaciones.

Se reconoce claramente que las empresas “PyMEs” forman la columna vertebral del sector privado en todos los niveles de los países en desarrollo y Ecuador no es una excepción. Greenan, Humphreys y McIvor (1997) señalaron que “la contribución de las pequeñas y medianas empresas al desempeño económico ahora se acepta universalmente como significativa” (p.208). Además, según la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) cito que el proceso de globalización ha presentado nuevas oportunidades para aquellas empresas capaces de responder de manera flexible y adaptable a los mercados regionales y globales que cambian constantemente, asimismo, presentado nuevos desafíos que pueden influir en su ventaja competitiva en un mercado global (OECD, 1997a). Según Charles Harvie (2010) describe que las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) desempeñan un papel fundamental en las economías desarrolladas y en desarrollo en términos de generación de empleo, crecimiento de la producción, crecimiento de las exportaciones, alivio de la pobreza, empoderamiento económico y la distribución más amplia

de la riqueza. Ellas representan en todos los países del continente un 99% de los negocios existentes en el mundo y cuentan con algunas ventajas competitivas con respecto a las grandes y si hablamos de empleabilidad, las PyMEs representan entre el 60% y el 70% de los empleos en la mayoría de los miembros de la OCDE (Acs y Audretsch, 2003; Brody, 1985; Ibarra-Cisneros, González Torres y Demuner Flores, 2017; Distanont & Khongmalai, 2018; Giaoutzi, Nijkamp y Storey, 2016; González Foncesa, 2013; OECD, 2010c; Ruchkina, Melnichuk, Frumina y Mentel, 2017; Romero-Luna, 2006; Vásquez y Arredondo-Cervantes, 2014).

En particular, se asume que las políticas de orientación de mercado, aprendizaje y tecnología mejoran el comportamiento innovador de la empresa. Además, los factores internos y externos se examinan como determinantes del comportamiento innovador de la empresa (Salazar Hernández, 2008; Sternberg y Arndt, 2009). Basado en la literatura existente, se espera que las características relacionadas con la competencia, como la concentración de la industria y las barreras afecten directamente la actitud de una organización hacia las innovaciones de productos ya sea inhibiendo o impulsando actividades relacionadas (Salavou, Baltas y Lioukas, 2004). En sintonía con los últimos desarrollos en la economía mundial y los efectos de la globalización asociados, el papel de las PyMEs en el futuro será aún mayor y más generalizado, con un impacto demostrable el orden comercial mundial emergente (Aluko, 2004).

Los antecedentes a nivel mundial evidencian que la globalización ejerce presión en la competitividad de las empresas. Hoy en día, la globalización es un fenómeno que no es exclusivo de las multinacionales o la transnacionales, no obstante, la capacidad de las PyMEs a nivel mundial demuestra que la participación activa en los mercados internacionales es cada vez más significativa. Los mercados globales demandan de empresas competitivas altamente innovadoras, donde se ha demostrado que el capital intelectual, inversión en I+D y la

adquisición de tecnología, las actividades de preparación para la producción y la comercialización son parte de ese proceso de innovación que a su vez es visto como una ventaja competitiva tanto para individuos, empresas y países. Por otro lado, a pesar de esa creciente participación de las pequeñas y medianas empresas, existe ciertas limitaciones predominantes que influyen en el crecimiento de su productividad y dinamismo tales son: (a) la falta de financiación, (b) la poca innovación, (c) la falta de obtención de nuevos y modernos equipos y maquinarias, (d) conseguir clientes y proveedores (e) la gestión empresarial, (f) calidad y asociatividad y (g) la falta de normas de calidad y protección de sus activos intangibles (sus invenciones científicas y tecnológicas).

Cada una de las limitantes demuestra que aún no se puede obtener mejores resultados comerciales entre ellas empero el siguiente estudio se enfocara en una variable importante, que permitirá a estas empresas proteger sus innovaciones. En efecto, la creación intelectual puede implicar la solución de un problema técnico con cualidades deseables o desembocar en la creación de algo estáticamente agradable con el fin de satisfacer una necesidad humana presente. Estos elementos que añaden valor o “calidad de vida” son la base de la propiedad intelectual (Romero-Luna, 2006). Por concluir, proteger estos derechos facilita la inversión y transferencia tecnológica; a que se demanden y se oferten bienes innovadores y sobre todo de alto valor añadido; y finalmente, que las PyMEs puedan utilizar la innovación como mecanismo de crecimiento, desarrollo y competitividad en el mercado europeo e inclusive en otros mercados internacionales. Pero debido a la escasa literatura de los procesos de protección de Propiedad Intelectual en las PyMEs, la investigación sobre este tema se vuelve altamente relevante.

CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA

La participación en los negocios internacionales de las empresas transnacionales y multinacionales, por sus altos niveles de competitividad, han producido cambios en el entorno internacional. En los últimos años, el concepto de empresa como una “sola sede” ha empezado a desvanecerse, abriéndole paso a una nueva percepción donde se busca empresas capaces de causar mayor penetración en los mercados mundiales a través de la competitividad (Llinás Toledo, 1997). La competitividad de una empresa depende de sus recursos que la diferencian de sus competidores, que son duraderos y difíciles de imitar o sustituir (Zaridis, 2009). Una ventaja competitiva sustentable se obtiene a partir de la innovación, dado por el conocimiento productivo aplicado al negocio por medio de la formación, acumulación y el uso del capital intelectual; la capacidad para innovar de forma creciente que la competencia permitirá obtener la ventaja tridimensional (Echeverri-Sevilla, 2007; González Foncesa, 2013).

La protección de la Propiedad Intelectual es fundamental para fomentar la innovación; sin la debida protección de esas ideas, las empresas, los individuos o los países no obtendrían todos los beneficios de sus invenciones y se concentrarían menos en la investigación y el desarrollo (I+D). Para muchas empresas, dicha protección no solo es cuestión de respaldar una idea o un concepto, va mucha más allá, se trata de proteger los activos comerciales genuinos que pueden ser o son parte integral de los servicios centrales de la empresa y la viabilidad general a largo plazo. De la misma manera, la P.I puede consistir en muchas áreas diferentes, desde logotipos e identidad corporativa hasta productos, servicios y procesos que diferencian cada oferta comercial; y finalmente, crea valor buscando resolver su problemática y convertir esas ideas en bienestar (Salavou et al., 2004; Campos, Gutiérrez, Saracho-Martínez y Ríos, Fundación IDEA, A.C., 2009; OMPI, 2004).

Aunque la economía global está asociada a las grandes empresas TSN y MNS, las pequeñas entidades privadas llamadas PyMEs también constituyen y se representan como una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, sobre todo en las economías emergentes. Así, muchas de ellas han establecido con éxito actividades más allá de sus mercados domésticos y su papel es cada vez más crucial para contribuir al crecimiento futuro. Su expansión es una consecuencia de los avances tecnológicos, la reducción de las barreras comerciales y la apertura de mercados anteriormente cerrados (Axinn y Matthyssens, 2002; Greenan et al., 1997; Gjellerup, 2000; Ruzzier, Hisrich, y Antoncic, 2006; Rylková y Chobotová, 2014; Stevens, 2016).

En los países latinoamericanos, y más en Ecuador, existe una situación conflictiva económica, social y política que evidencian una profunda depresión y dependencia económica, financiera y tecnológica con relación a los países desarrollados, particularmente con EE.UU o países de la Unión Europea. Sin embargo, Con ánimos de transformar las anomalías suscritas, el país está intentando aumentar las actividades internacionales en relación a los acuerdos de integración comercial bilaterales o multilaterales, su crecimiento, consumo, producción y empleo; asimismo, fomentar la participación y crecimiento de sus PyMEs. A raíz de este fenómeno llamado “globalización”, en materia de comercio exterior, se han originado un sinnúmero de acuerdos comerciales, sea para el libre movimiento de mercancías, expansión e integración económica (Llamoza, 2009; Cimoli y Primi, 2008; Jiménez Martínez, 2007).

Muchos avances comerciales también son causados por la globalización; entre las oportunidades, estos avances en el comercio permiten que los bienes y artículos de consumo se intercambien fácilmente, incrementa la inversión extranjera directa, la innovación tecnológica y logar economías de escalas (Aries, 2017; Kuepper, 2018). Por otro lado, este fenómeno también ha impactado a casi todos los aspectos de la vida moderna. Sin embargo,

la mayoría de los economistas están de acuerdo en que la globalización proporciona un beneficio neto para las economías individuales de todo el mundo, al hacer que los mercados sean más eficientes, aumentar la competencia, reducir las barreras comerciales y difundir la riqueza de manera más equitativa en todo el mundo (Kuepper, 2018).

Más aun, la mayor interdependencia de las empresas ha llevado a un mercado cada vez más competitivo. Para garantizar la sobrevivencia y prosperidad en este siglo XXI, todas las empresas, deben hacer un esfuerzo consiente y sostenido para mejorar continuamente todas las facetas de sus operaciones (Austin y Peters, 1989; Greenan et al., 1997). Por ese motivo, Ecuador, siendo una economía en vías de desarrollo, se ve “obligado” de alguna forma, acogerse a los cambios de estos fenómenos y enfrentar las demandas globales. Para garantizar la sobrevivencia y prosperidad en este siglo XXI, todas las empresas, deben hacer un esfuerzo consiente y sostenido para mejorar continuamente todas las facetas de sus operaciones (Austin y Peters, 1989; Greenan et al., 1997). La competitividad es una referencia de la capacidad de respuesta y de anticipación de la organización ante las demandas y necesidades del entorno (Echeverri-Sevilla, 2007; Luna-Correa, 2012). La ventaja competitiva ya no solo se trata de la mano de obra barata y los recursos naturales, sino en la capacidad de aprender, crear e innovar, ya sea, en el Capital Intelectual y la Competitividad Sistemática o Integral (empresa-gobierno-país) (Porter y Stern, 2002; Todericiu y Stanit, 2015).

Es así que, un número creciente de estas empresas se esfuerzan por expandirse internacionalmente, a pesar de que enfrentar varios desafíos (Zain y Imm, 2006). Con la actual rápida difusión de la información, es de suma importancia que los nuevos productos, tecnologías y otras formas de innovación estén protegidos de manera adecuada, utilizando formas formales o informales de protección de la propiedad intelectual (Caplanova, 2016; Morejón-Grillo, 2015). De manera semejante, una empresa debe llevar una gestión eficiente

de los recursos intangibles para aumentar su competitividad; también, las innovaciones de hoy determinan la competitividad de cualquier organización, inclusive, son condiciones previas de su supervivencia (Bouby Tolentino, 2000; Romero-Luna, 2006; Todericiu y Stanit, 2015; Vacek, Egerová y Plevny, 2011). Si el tema de su protección no se considera suficientemente, la empresa puede perder su ventaja competitiva y ser expulsada del mercado. Esto es especialmente importante en el caso de pequeñas empresas, que pueden tener recursos limitados y experiencia en la protección de su propiedad intelectual. La importancia de la protección de la propiedad intelectual nos brinda varios beneficios como son (a) derecho exclusivo, (b) aumentar el valor de mercado de las empresas, (c) obtener ganancias e ingresos, (d) crear tendencia fuerte en los mercados, (e) accesibilidad a nuevos mercados, (f) evitar la duplicación (plagio) y (g) obtener financiamiento.

Dicho lo anterior, Ecuador ha asumido esos retos y en aras de fortalecer dichos procesos de integración, crear ventaja competitiva, y fomentar la creatividad bajo un sistema de patentamiento, se negoció un Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador con la esperanza de la inserción gradual de sus economías nacionales en un mundo global competitivo. Todo esto a fin de (a) impulsar el crecimiento económico, (b) reducir el desempleo, (c) crear un desarrollo sostenible y justo, (d) consolidar nuevas alianzas y (e) mejoren la calidad de vida de todos (Yance-Carvajal, Solís Granda, Burgos Villamar y Hermida-Hermida, 2017). Otro rasgo del Acuerdo es que engloba 3 partes claves que destaca las partes más importantes relacionados (a) al comercio, (b) sus contenidos y (c) herramientas para el comercio; asimismo de 35 subtemas, del cual uno de ellos es la Propiedad Intelectual (EEAS, 2017; Delegación de la Unión Europea en Ecuador , 2017).

Ecuador, economía en desarrollo, se ha sumergido en el mundo de la internalización, celebrando así tratados bilaterales y multilaterales con diferentes países. En particular, y uno de los más importantes, el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea. Un acuerdo

que abre una puerta para incrementar los flujos comerciales entre ambos países, atraer nuevas inversiones, más transferencia de tecnología e innovación, promover el empleo y fomentar un desarrollo sostenible y comercio justo. Conocer la importancia de la protección intelectual ante el acuerdo firmado con la Unión Europea, brindará a los pequeños y medianos empresarios, información de consulta que servirá para la correcta toma de decisiones al momento de ingresar a mercados internacionales. De igual manera, la literatura en América Latina es escasa, por lo que esto será un aporte para entender la relación de estas dos variables (a) la competitividad y los (b) derechos de propiedad intelectual a fin de permitir a los individuos, empresas y países mejorar sus ventajas competitivas en los mercados internacionales, y obtener protección legal de sus activos intangibles, mitigando de alguna forma la duplicación, imitación y difusión ilegal.

Compuesto de 3 partes y 25 subpartes relacionados al comercio, sus contenidos y herramientas para el comercio, donde se pretende presentar, en una forma amigable, el Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, destacando las partes más importantes de su contenido. Una parte importante, y como enfoque de este trabajo, es la indagación de uno de sus subcapítulos, la actividad de patentamiento, a fin de no solo disertar, sino ayudar a los sectores vulnerables del país “PyMEs”, a destacar la importancia y los efectos que conlleva, si aplicaran o no, el uso de la Propiedad Intelectual. Finalmente, La globalización de la economía es un aspecto que está influyendo mucho en el desarrollo de todo los país y asimismo en las pequeñas y medianas empresas, ya que si un país quiere competir en el mercado internacional, se tiene que relacionar con otros países para así hacer más fácil el proceso de la comercialización (Beck, 1998). De este modo, y tal como lo hemos planteado, el nuevo horizonte comercial de Ecuador y la protección de Propiedad Intelectual permite a los individuos, empresas y países ser competitivos y obtener protección legal de sus activos intangibles. Sintetizando, así, que este trabajo conlleva a analizar los efectos de uno de los

capítulos del Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, la Propiedad Intelectual, con el fin de mejorar la competitividad de las pymes ecuatorianas.

FORMULACION DEL PROBLEMA

Analizando los antecedentes y el contexto, se puede formular la siguiente pregunta que resume el problema de investigación:

¿De qué forma el subcapítulo de los derechos de propiedad intelectual del Acuerdo Multipartes en Ecuador y Unión Europea AFECTARÍA, a través de la innovación, a la competitividad de las PyMEs ecuatorianas?

JUSTIFICACION

El siguiente trabajo es conveniente en medida que permite a las pequeñas y medianas empresas a fijar un nuevo horizonte y fomentar la competitividad a nivel internacional. Además, proponer un cambio panorámico al Ecuador ante la creciente era tecnológica, y fomentar un cambio de perspectiva social a un panorama neoliberal. Según los estudios de los investigadores (Kitching y Blackburn, 1998; Mets y Kelli, 2014; Forero-Pineda, Laureiro-Martínez y Marín, 2011; Rylková y Chobotová, 2014; Sukarmijan y De la Vega-Sapong, 2014; Yoon, 2015) citan que las pymes no comprenden o muchas veces desconocen en gran medida los beneficios que se derivan de la protección de la propiedad intelectual, por lo tanto, este trabajo permitirá brindar insumos a los empresarios de las PyMEs a fin de fomentar en ellas, inclusive en el país, el aumento de las actividades comerciales, la inversión, la transferencia de tecnología y promover el comercio internacional.

Si bien es cierto, el presente estudio, tiene un componente altamente investigativo, los resultados no resolverán ningún problema práctico a corto plazo, no obstante, conocer la importancia de la protección intelectual, brindará a los empresarios información de consulta

que servirá para la correcta toma de decisiones al momento de ingresar a mercados internacionales. En efecto, la protección de la propiedad intelectual les brinda varios beneficios como son desde el derecho exclusivo, para aumentar el valor de mercado de las empresas y obtener ganancias e ingresos, hasta crear tendencia fuerte en los mercados, evitar la duplicación (plagio) y obtener financiamiento.

Por concluir, en la literatura existen trabajos que analizan la relación entre la protección de la Propiedad Intelectual y la competitividad, no obstante, la literatura en América Latina, más en Ecuador, es escasa, por lo que esto será un aporte para entender la relación de estas dos variables. El valor de la propiedad intelectual a menudo no se aprecia adecuadamente y las PyMEs subestiman ampliamente su potencial para brindar oportunidades de ganancias futuras. Sin embargo, con ánimos de combatirlo, un subcapítulo del Acuerdo Comercial firmado con la Unión Europea permitirá comprender y aplicar correctamente la actividad de patentamiento a las innovaciones intelectuales idealizadas de estas empresas. Finalmente, los resultados de la investigación dejarán marcado el camino para futuros investigadores en cuanto a la importancia de la protección intelectual, asimismo, podrá ser investigado en contextos diversos.

OBJETIVOS

GENERAL

- Analizar los efectos de los derechos de propiedad intelectual en la competitividad de las empresas ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea.

ESPECIFICO

- Describir la historia detrás de la terminología y los derechos o tipos de propiedad intelectual que se protegen en el Ecuador
- Identificar los beneficios propuestos por el Acuerdo Multipartes ECU-EU en términos de propiedad intelectual
- Desarrollar un análisis exploratorio - descriptivo de la situación actual de las empresas nacionales y extranjeras en términos de protección a la propiedad intelectual y competitividad en los mercados internacionales europeos.

DELIMITACIONES

El Acuerdo Multipartes firmado entre la Unión Europea y Ecuador contempla varios capítulos de entre los cuales se tratan temas como el comercio, términos de contratación pública, y derechos de propiedad intelectual. Para efectos de este estudio no se tomarán en cuenta los efectos del acuerdo en otros términos fuera de la propiedad intelectual. Este trabajo se analizará el impacto de los derechos de Propiedad Intelectual en la competitividad de las pymes y no de las grandes empresas como MNS o TSN. Con este antecedente, el presente proyecto tiene como enfoque, el estudio los efectos de la propiedad intelectual en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas a partir del acuerdo firmado con la Unión Europea y Ecuador, mismo que será objeto de análisis y respuesta a las variables planteadas.

Por otro lado, los estudios en Latinoamérica, y mucho más en Ecuador, sobre la propiedad intelectual en la pymes es escasa. Con ánimos de aportar y tratar de resolver una problemática presente en el país, se pretende realizar este estudio, y cualesquiera que sean estos resultados, dejarán marcado el camino para futuros investigadores en cuanto a la importancia de la protección intelectual y será un apoyo a la innovación y la creatividad en el

mercado. Por eso se delimitará solo a enfocarse en uno de los capítulos del acuerdo comercial, denominada propiedad intelectual, el cual es punto crucial de indagación de nuestra investigación.

LIMITACIONES

Una de las limitaciones al realizar el estudio, es que las respuestas de las encuestas por medio de los empresarios de las pequeñas y medianas empresas sean inconsistentes e incompletas o inclusive cien por ciento no honestas, ya sea por factor tiempo, rapidez o cualquier otro inconveniente, contesten solo por llenar la encuesta. Además, otro factor crucial es el tiempo límite de este trabajo con disponibilidad de 4 meses; y, finalmente existe una escasez de información secundaria en la medición de la competitividad de las PyMEs y Propiedad Intelectual.

PREGUNTAS DE INVESTIGACION

- ¿Cuál es historia detrás de la terminología y los derechos o tipos de propiedad intelectual que se protegen en el Ecuador?
- ¿Cuáles son los beneficios por el Acuerdo Multipartes ECU-EU en términos de propiedad intelectual?
- ¿Cuáles son los efectos de los derechos de propiedad intelectual e innovación en la competitividad de las PyMEs ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea?
- ¿Cuál es el nivel de competitividad las PYMES ecuatorianas en los mercados internacionales europeos?

- ¿Cuáles serían los probables efectos que el subcapítulo de propiedad intelectual tendrá en la competitividad de las pymes a partir de la firma del tratado

Capítulo I

1.1 MARCO HISTORICO

Durante más de un siglo, en la mayoría de los países industrializados, los sistemas de propiedad intelectual han sido instrumento de innovación y creatividad frente a economías globalizadas. El know-how tecnológico ha llegado a considerarse algo así como un activo nacional en competencias mundiales con otros países. La propiedad Intelectual es una de las principales preocupaciones del siglo XXI, no obstante, existen varias historias pasadas y remotas que se estiman que son los principales referentes del surgimiento de los derechos de propiedad. La P.I. se divide esencialmente en dos ramas, a saber: (a) la Propiedad Industrial y el Derecho de Autor o Copyright (Márquez Robledo, 2004). A continuación se explica los dos linajes principales de la P.I.; cuyas expresiones han pasado por algunos pasajes históricos para convertirse hoy en día en instrumento de derecho de protección de los diferentes activos intangibles.

1.2 Propiedad Industrial

En una sociedad globalizada, cuya economía se basa en el conocimiento, los derechos de Propiedad Intelectual son un escudo para que las empresas aumenten su competitividad en el/ los mercado, y objeto para diseñar estrategias empresariales que las posicionen en él/ellos y asimismo otorgan ventaja comparativa respecto a sus competidores (Rylková y Chobotová, 2014). La construcción del derecho se va fortaleciendo con la legislación interna, dándole vida y una tutela real ante la complejidad de la globalización y la revolución tecno-científica que transforman al mundo. No obstante, así como el derecho del autor tiene antecedentes que explican su evolución de su funcionabilidad en la actualidad, la Propiedad Industrial también cuenta con sus respectivos acontecimientos.

1.2.1 *Era Medieval y el Renacimiento*

El ser humano, desde su origen, ha creado, inventado o desarrollado toda clase de objetos afín de posibilitar su vida, desde cómo hacer fuego hasta la creación y uso de la rueda. La innovación y la peculiaridad han formado parte del desarrollo de las civilizaciones arcaicas; con el pasar de los años, las personas formaron pequeñas sociedades dentro de las comunidades colonizadas haciendo conciencia de la importancia de capacidad innovadora y de la misma forma intentar esas innovaciones ante cualquier posible competencia (Xakan, 2017). Por ejemplo, alrededor del siglo VI (A.C) en Grecia había un reglamento que protegía las formulas culinarias; asimismo en la ciudad comercial de Venecia se crea por primera vez el derecho monopólico (control de patentes); donde se declaró que Pietro di Revena, era el único que podía, por él mismo o por la editora de su elección, publicar su obra denominada “Fénix” (Carvajal M, 2011; Mirosevic Verdugo, 2007; SIAM México, 2011; Xakan, 2017).

Por otra parte, la primera designación de marca (referente a un sentido de pertenencia u origen) fue la primera muestra de explotación de una idea o invento. Por ejemplo, en las investigaciones arqueológicas de los egipcios se ha encontrado rastros de marcas propias y gracias a ellas podemos, hoy en día, identificar de qué época era y a quién pertenecía dicho objeto. Existen otros ejemplos, En Europa medieval, los fabricantes de campanas diseñaban prototipos con marcas distintivas, en el mismo caso, los fabricantes de papel, añadiendo un sello de agua diferente ante sus más cercanos adversares. Entre otros eventos tenemos la ley de 1266 donde los panaderos ingleses eran obligados a crear estampillas a sus panes; asimismo en 1363, se declaró un reglamento que obligaba a los herreros ingleses, a través de marcas o diseños, señalar sus creaciones a fin de protegerse del monopolio de los otros gremios. Más aún, en 1751, Francia, coaccionó a los productores de muebles en plasmar marcas o señales en sus diseños y productos; asimismo, alrededor de 1857 nace una ley para las marcas comerciales y productos que otorgaba derechos exclusivos a sus comerciantes. En

Estados Unidos alrededor de 1870 se promulgo una ley similar a la de Francia, relacionada con el registro y la protección de las marcas (Xakan, 2017).

1.2.2 Siglo XVIII y XIX - La protección de las invenciones en los países industrializados

Con las reseñas históricas antes mencionadas permitió tomar conciencia de la necesidad de pensar en un mecanismo de seguridad a los inventores, que los alentara a crear nuevas cosas a fin de aplicarlas y difundirlas para el bien de la sociedad. A partir del Siglo XVIII se desarrolla un sistema de patentes que garantiza al inventor, sus derechos inherentes a una objeto intangible. A mitad del siglo XVIII y comienzo del siglo XIX, tres importantes hechos históricos ocurrieron (1775 -1840): (a) la independencia de los Estados Unidos y (b) la doble Revolución entre ellas la Revolución Francesa y la Revolución Industrial Inglesa (Xakan, 2017). En efecto, el siglo XIX, fue el siglo más preeminente del desarrollo europeo y rapidez del capitalismo, conjuntamente con Revolución Industrial, ya que existían ciertos estímulos en el aceleramiento del desarrollo tecnológico, el cual conllevó a un fortalecimiento al prestigio y protección a la propiedad intelectual. Con el correr de este fenómeno, la incursión de un sinnúmero de innovaciones da un fuerte impulso al capitalismo industrial, derivados de un predominante desarrollo técnico y conocimiento científico (Díaz-Rönnner y Folguera, 2017; Xakan, 2017).

El fusionamiento entre el desarrollo industrial y la explotación de los recursos, sirva de ejemplo el apogeo industrial de Inglaterra con la explotación del carbón mineral para contar con energía barata y abundante y la explotación del petróleo en Estados Unidos para sostener la crisis en la década de los 70, han estado modificándose con el tiempo por la incorporación de elementos tecnológicos y la aparición de nuevos actores. Tal como lo describen los investigadores Díaz y Folguera (2017) “la conjunción de los avances técnicos y el conocimiento científico, junto a la progresiva organización y sistematización de la producción de bienes y servicios, van creando las condiciones para la formación de la

tecnología moderna” (p.3). Por otra parte, los inventores individuales también eran factores claves de la Revolución Industrial porque sus invenciones provocaron un desarrollo temprano en la actividad industrial europea. Desde este momento, surge la necesidad de proteger a los inventores con el fin de alentar las innovaciones e aumentar la actividad industrial, especialmente en las actividades de la mecánica y eléctricas (Díaz-Rönnner y Folguera, 2017).

La conservación o tutela de los inventos, derechos de origen o signos distintivos comenzaron a replicarse hacia otras constituciones por Europa y América, debido a que había una presión social innovadora, el cual se volvió vigoroso en el Siglo XX y más acentuada en el siglo actual (Xakan, 2017). Las actividades manufactureras con relaciones a las ramas de la mecánica y eléctricas eran más fuertes que las químicas porque se creía que no eran necesario una gran preparación técnica ni un entrenamiento formal; además no era importante equipos adecuados o laboratorios. Sin embargo, desde de un punto de vista tecnológico-científico, no solo basta una metodología empírica, por lo contrario, hay que implementar la investigación y el desarrollo para crear valor a cualquier invención a fin de otorgar a las corporaciones una significativa ventaja, simultáneamente, junto a otros factores conexos (concentración corporativa, patentamiento y monopolios), definirá gradualmente la excelencia de las mismas en el sistema económico mundial (Díaz-Rönnner y Folguera, 2017, citado también en (Katz, 1972)).

El creciente desarrollo industrial será conducido por una prescripción legal que hace conciencia por la aplicación de la protección sobre la propiedad intelectual, a través de dos convenciones internacionales: (a) La convención de París de 1883 para la protección de la Propiedad Industrial y (b) la convención de Berna de 1886 para la protección de Obras literarias y Artísticas.

1.1.1.1 Convención de París

Este convenio constituye, el primer gran tratado internacional aprobado en marzo de 1883, destinado a equilibrar las controversias surgidas en Europa; no aplicada por Países Bajos y Suiza, porque declaraban que existían limitaciones para el libre comercio y la competencia, no obstante, el fin era asegurar a los nacionales de un país, de una obra intelectual, obtengan protección en otros países de sus creaciones intelectuales mediante derechos de propiedad intelectual referidos a las (a) patentes (invenciones), (b) las marcas de productos y servicios y (c) los dibujos y diseños o modelos industriales (Díaz-Rönnner y Folguera, 2017; EcuRed, 2018). Por otra parte, el convenio incluía a la “agricultura” como parte de la protección; no solo a la industria en sí, sino también al comercio, al dominio de la industrias agrícolas y extractivas y a los productos fabricados o naturales tales como: (a) vino, (b) granos, (c) frutos, (d) animales, (e) minerales, (f) cerveza, entre otros (Díaz-Rönnner y Folguera, 2017).

Gracias a la liberación y la competitividad del comercio internacional, a mediados del siglo XIX, y bajo el concepto económico del libre comercio, las legislaciones como Holanda condujeron a la abrogación y al rechazo como Suiza porque afirmaban que, al otorgar monopolios temporales, las leyes nacionales era los mismos al establecimiento de medidas proteccionistas y con los mismos efectos que las barreras arancelarias restrictivas. En sus 100 años de existencia, con 13 naciones que originaron el Convenio de París, ha llegado hoy por hoy a 100 países miembros, siendo uno de los últimos la República de China. Asimismo, diez países de América Latina y el Caribe tales como Brasil, Argentina, Bahamas, Barbados, Haití, México, República Dominicana, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay, fueron y siguen siendo parte del Convenio de París. La fortaleza del Convenio quedo como un modelo evidencia para la formulación de estatutos nacionales para aquellos países que aún no se habían sumado al tratado (Díaz-Rönnner y Folguera, 2017; EcuRed, 2018).

La Unión de París, está constituido de una Asamblea y de un Comité Ejecutivo; la Asamblea, lo componen todos los estados miembros de la Unión que se hayan unido, por lo menos a los mandatos administrativos y a los últimos arreglos firmado en 1967; los miembros del CE, son aquellos que eligen entre quienes pertenecen a la Unión, no aplica para Suiza porque es un órgano suscrito (OMPI, 2018b). La función de la Asamblea es de establecer el presupuesto bienal (gastos comunes a las Uniones) por programas de la Secretaría de la OMPI referente a la Unión de Berna (OMPI, 2018b). Adoptado en 1883, y sufrido de diferentes modificaciones como en Bruselas (1900 – revisión), en Washington (1911 – revisión), en La Haya (1925 – revisión), en Londres (1934 – revisión), en Lisboa (1958 – revisión) y en Estocolmo (1967– revisión), y, finalmente, enmendado en 1979 (OMPI, 2018b). Ecuador suscribió el Acuerdo de París el 26 de junio de 2016 (Bodenhause, 1969).

Las disposiciones del Convenio engloban tres categorías importantes: (a) trato nacional, (b) derecho de prioridad y (c) normas comunes. La primera, establece que los estados contratantes deberán asignar a los nacionales de los demás Estados contratantes, la misma protección que otorga a sus propios nacionales; asimismo, tendrán protección aquellos que no sean contratantes, siempre y cuando este domiciliado o tengan asentamiento industrial o comercial efectivo vigente y legítimo en un estado contratante. El segundo principio, hace referencia a las patentes, a las marcas y los dibujos y modelos industriales, donde el peticionario podrá (a) durante un periodo de 12 meses y si aplica para patentes y modelos de utilidad, y (b) de 6 meses si aplica para dibujos y modelos industriales y marcas, solicitar protección en cualquiera de los estados miembros, evitando la invalidación de la patente posterior por hechos ocurridos en el intervalo entre la fecha de solicitud de la patente anterior y la de la patente posterior (período de prioridad); es decir, los Estados Contratantes de la Unión se comprometen a considerar una solicitud posterior como si hubiera sido depositada en la fecha anterior. El ultimo habla de 6 normas que deben atenerse los Estados Contratantes

en relación con (a) las patentes, (b) a las marcas, (c) con los dibujos y modelos industriales, (d) con los nombres comerciales, (e) con las indicaciones de procedencia, y (f) con la competencia desleal (OMPI, 2018b).

1.3 Derecho de Autor

1.3.1 Perspectiva Anglosajona

1.3.1.1 Medioevo – Primer aval al reconocimiento de un autor

Existen antecedentes antiguos de esta figura jurídica que son el molde de este pastel. Se habla de que en la República Ateniense (año 330 A.C) se exigía un control a la integridad a las obras, donde se podía realizar impresos iguales siempre y cuando sea legítimos del original, es decir, exactas y literales; se tenía una pena de castigo para aquel que plagiaba, solo el autor de la obra era quien tenía el derecho de publicarla (Cobos Campos et al., 2015).

Tal como muchas historias y películas mostraban, cualquier información prohibida solo era accesible a los monjes privilegiados, y aquellos copistas que los auxiliaban, eran vigilados con deseo vehemente; ese conocimiento se debía guardar rápidamente en sus conciencias porque si se los encontraban husmeando recibían un castigo. Sin embargo, según Jhonny Pabón (2009) dice que:

La figura del autor no necesariamente aparece con la imprenta. Desde los finales de la de los manuscritos, la representación del autor por medio de su retrato denota la existencia de un autor, el cual posibilita la asignación del escrito a una persona particular...Surge la imagen como representación de autenticidad de la obra, así una representación de creación original (p.66).

1.3.1.1.1 El nacimiento y los privilegios de la Imprenta – Siglo XIX

1.3.1.1.1.1 Estatuto de la Reina Ana de Inglaterra- Primera legislación

El primer estatuto que daba privilegio a las imprentas, fue en España en 1488 cuando Carlos VIII estableció privilegios sólo para los impresores, a los libreros y a los fabricantes de papel, declarándolos miembros de la universidad y que nadie pudiese tener taller público sin haber cursado cuatros años de aprendizajes; asimismo, maestros y correctores supieran hablar el latín y leer el griego (Cobos Campos et al., 2015).

Basados en la concordancia a dicha ley, el Estatuto de la Reina Ana de 1710 en Inglaterra, fue la primera regulación legislativa del derecho del autor que reemplazó protección de dichos privilegios, cuyo objetivo era disuadir la piratería y alentar a los hombres sabios para que compongan y escriban libros útiles. Además, produce la desaparición del régimen de privilegios a las obras; mientras que en Francia con la legislación *post-révolutionnaire* se crea el derecho patrimonial de autor sobre la obra; y en la legislación americana e inglesa de 1789 se enfocan en la reglamentación de la competencia entre los editores (Pabón Cadavid, 2009). Es decir, en la legislación francófona la prioridad al autor en términos de plazos de protección, en particular, a la vida del autor, y en el sistema anglosajón-americano, la protección iniciaba cuando se publicaba la obra.

La ley establece un derecho de reproducción a favor del autor por aproximadamente catorce años renovables por un término igual, siempre y cuando se realice la inscripción en el registro y se deposite de la obra. Sin embargo, esta legislación fue destruida porque en caso de ser una composición literaria, la cesión de una propiedad entera e infinita siempre recae en el autor y no puede transferir sin el consentimiento del titular (Pabón Cadavid, 2009). Es decir, la identidad de una obra literaria reside completamente en el sentimiento y el lenguaje; las mismas concepciones constituyen una misma composición cuando son transmitidas con las mismas palabras, sea cual fuere la modalidad escogida de transmisión sea este la

redacción, la escritura o el impresa, sea también la cantidad de ejemplares o en cualquier momento, siempre será obra del autor; y nadie tiene la tutela de compartir o divulgar sin su consentimiento, sea este de forma tácita o expresa.

Finalmente, una idea de cualquier autor propietario está basada en un interés de mercado de los editores, si bien es cierto la norma otorgaba al autor el derecho de difusión sobre su obra durante catorce años; en efecto, si continuaba con vida, se podía prorrogar la fecha y decidir de nuevo las condiciones que autorizaban la nueva reproducción, pero la desventaja se empodera cuando fallecía el autor y terminaba el plazo de protección, la imprenta o el editor tomaba el derecho de imprimirla son autorización del autor. Además, como el estatuto solo beneficia al monopolio de los impresores en el ámbito del libro, se destruye el paradigma resaltando con efectos retroactivos y se cambia en París de 1979 el plazo de protección a veinticinco años más a las obras que estaban publicadas a partir de su muerte, ofreciéndole al autor la oportunidad de ceder sus derechos en las condiciones que el pactara con el editor (CEDRO, 2018; Pabón Cadavid, 2009; Toledo et al., 2014). Con perspectivas de parar la propagación de copias de las obras y establecer vínculos comerciales, varios países europeos comienzan a concretar reuniones a fin de crear un sistema multilateral de protección al derecho del Autor.

1.3.1.2 Convenio de Berna

Conocido como la principal fuente de lo que hoy se conoce como Propiedad Intelectual, en el contexto internacional, lo encontramos como el “Convenio de Berna”. Hoy en día, 176 estados son miembros; el Ecuador entró al convenio en Octubre 9 del 1991, por combatir los cambios drásticos suscitados en la década de los 90 y el impulso de la Cámara del libro hizo posible la adhesión a este convenio (Rodríguez Ruiz, 2007). Por otro parte, está constituido de una Asamblea y un Comité Ejecutivo; la Asamblea, lo componen los países miembros de la Unión de Berna que se haya adheridos, y finalmente, los miembros del CE

son aquellos que eligen entre quienes pertenecen a la Unión no aplica para Suiza porque es un órgano suscrito. La función de la Asamblea es de establecer el presupuesto bienal (gastos comunes a las Uniones) por programas de la Secretaria de la OMPI referente a la Unión de Berna. Pueden incorporarse al convenio todos los estados; si existe cualquier medio de ratificación o de adhesión deberá depositarse en el Director General de la OMPI (OMPI, 2018a). Este convenio ha sido objeto de modificaciones durante varios periodos, siempre manteniendo la protección de los derechos de autor.

A partir del descubrimiento de la imprenta, la sociedad podía acceder a los libros, como fuentes del conocimiento. Puesto que surge un descontrol explicable en cuanto a la divulgación masiva mundial; por un lado, desde una lógica positiva, esa divulgación permitió el aprendizaje y transformación de las grandes masa de población y del mundo, por la otra parte, quien aseguraría los privilegios de explotación de las obras literarias y artísticas, pero no a los autores, sino a los impresores a fin de cuidar sus intereses; entonces, se empiezan a cuestionarse sobre establecer un orden para proteger la integridad de esas obras (Cobos Campos, Díaz-Rey y García-Quintana, 2015). Además, por la insuficiencia de tratados bilaterales para la protección efectiva a nivel internacional de esas obras, dio paso a la discusión de un sistema multilateral de protección, en la que implicaba un debate sobre el tema de la propiedad literaria y el régimen internacional que se debería adoptar (Pabón Cadavid, 2009).

Dados esos eventos, desde 1883 a cargo del jurisconsulto suizo Numa Droz, se comienzan a realizar diferentes conferencias de Berna para la consolidación del convenio internacional; dentro de esas conferencias dadas en 1883 y en 1884 hasta 1886, se discutieron diferentes asuntos como la naturaleza de la propiedad literaria y el sistema de protección a las obras literarias y artísticas; finalmente, un septiembre de 1886 en la convención diplomática de Berna ante la participación de algunos países europeos y América Central de la ALAI

(Asociación Literaria y Artística Internacional) como Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Haití, Italia, Liberia, Suiza y Túnez, se firma el convenio. A pesar de haber sido negociado por los países mencionados, el convenio estaba abierto para su adhesión para otros países, y desde entonces ha sufrido modificaciones a fin de tener presente las formas de creación, utilización y difusión de las obras literarias y artísticas que en su mayoría fueron resultados de la evolución tecnológica, tales como en París (1896) y en Berlín (1908 - revisión); completado en Berna (1914) y examinado nuevamente en Roma (1928); luego en Bruselas (1948 - revisión), en Estocolmo (1967 - revisión), en París (1971 - llamada "Acta de París"), y por último, fue objeto de corrección en 1979 (Cerdeira-Silva, 2016; OMPI, 2018; Pabón Cadavid, 2009).

Según Jhonny Pabón (2009) resaltó que "se establecieron elementos esenciales dentro del convenio tales como:

- (a) Conformación de la Unión para la Protección de Autores de obras literarias y artísticas,
- (b) Reciprocidad de protección, condicionada al cumplimiento de las formalidades requeridas en la legislación nacional donde se pretenda la protección,
- (c) Se considera país de origen el lugar donde se publique por primera vez; para las obras inéditas, el país de origen del autor,
- (d) Se podrá gozar del convenio sin importar la nacionalidad del autor,
- (e) Derechos mínimos, pero se establecen límites en la traducción, representación y ejecución,
- (f) El derecho de traducción se protege por diez años luego de la publicación del original,
- (g) Protección a todas las obras que no habían entrado al dominio público,
- (h) Aplicación extensiva del convenio a las colonias de los países de la unión,
- (i) la Oficina de la Unión Internacional para la protección de obras literarias y artísticas, bajo la administración de la Confederación Suiza,
- (j) Se establece el embargo de obras fraudulentas, como medidas de frontera, al

momento de la importación a un país de la Unión y (k) Protocolo anexo que establece protección de obras específicas: fotografías y coreografía (pp.98-99).

Este convenio se funda en tres principios básicos y una serie de preceptos donde se ofrece la protección mínima que ha de otorgarse, así como ciertos preceptos particulares a las economías en desarrollo que quieran favorecerse de ella. Los principios básicos son: (a) el principio del trato nacional, (b) el principio de la independencia de protección y (c) el principio de la protección automática (OMPI, 2018; Toledo, Botero, Guzmán, Sánchez, Cristiani, Del Pinal, Gemetto y Fossatti, 2014). El primero, exige que los estados miembros otorguen a los residentes de otros estados miembros, los mismos derechos que le otorgan a sus propios ciudadanos con relación a las normas nacionales sobre derecho de autor. Por ejemplo, una novela escrita en Ecuador por un ciudadano ecuatoriano deberá tener la misma protección en Suiza y viceversa. Segundo, hace referencia a que cada miembro debe brindar a las obras extranjeras, la misma protección que se le da a las obras nacionales, aún más cuando dichas obras no se encuentren resguardadas por la legislación de derecho de autor en los países de origen. Tomando el ejemplo anterior, Suiza debe brindar custodia a la obra aunque no estuviera protegida por la legislación ecuatoriana, siempre y cuando se ajuste a los requisitos de protección de la legislación suiza.

Finalmente, el último principio prohíbe a los estados miembros pedir a personas de otros países integrantes de la Unión, trámites legales como una condición sine qua non para la protección de derechos de autor, este requisito es de carácter obligatorio solo a sus propios ciudadanos. Retomando el ejemplo de Ecuador y Suiza, un autor ecuatoriano de una novela no tiene que registrar o declarar en Suiza o en otro país alguna suscripción; su novela queda protegida inmediatamente desde el momento de su creación (Toledo et al., 2014).

La convención de Berna tiene una serie de requisitos más específicos para los estados integrantes, el llamado “plazo mínimo de protección”, se basa en aplicar al derecho de autor

un plazo de 50 años más para todas las obras, excepto fotografías y películas. Esto solo era aplicable por aquellos países que han ratificado la versión más reciente de la convención de Berna, asimismo, que sus miembros contemplen y empleen un limitado subgrupo de derechos morales basado en los principios de la Convención. Por otro lado, en la última revisión en 1971, se agregó un importante anexo que contiene ciertas disposiciones especiales para aquellos miembros de economías en desarrollo, aquellos países pueden apartarse a pequeñas normativas de protección con relación al derecho de traducción y al de reproducción de obras protegidas, pero solo era aplicable para ciertas obras y bajo ciertas exigencias. En efecto, estos países pueden conceder licencias obligatorias, únicas e inalienables, para traducir trabajos con fines de enseñanza, becas o investigación, asimismo, reproducir obras para fines de instrucción sistemática (Toledo et al., 2014). En particular, la Convención de Berna no tiene poder coercitivo; los países miembros tenían poca aquiescencia para sancionar a aquellos que no cumplieran con los lineamientos preestablecidos en el convenio. Sin embargo, Organismos internacionales como la OMC (Organización Mundial del Comercio) y la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) (Toledo et al., 2014).

1.3.1.3 Perspectiva Interamericana de Derechos de Autor

El Convenio de Berna era una iniciativa de los “países civilizados” para alcanzar protección internacional de los derechos de autor. De hecho, los principales poderes coloniales fueron los más fuerte de esa época tales como (a) Bélgica, (b) Francia, (c) Alemania, (d) Italia, (e) España, (f) Suiza y (g) el Reino Unido. Se conoce también que entre los países suscriptores no todos eran europeos tales como (a) Haití, (b) Liberia y (c) Túnez, su intervención estaba regulada a su estatus colonial francés y tenía por objeto fortalecer su posición. Como resultado, el Convenio solo reflejaba los intereses de las hegemonías europeas para lograr un eficiente nivel de protección, mucho más de sus mercados potenciales conquistados (Cerdeira-Silva, 2016). Sin embargo, los países latinoamericanos no

participaron del convenio, ellos crearon una estructura (régimen) paralela al de Berna donde se otorgada protección internacional a los derechos de autor a través de un régimen nacional.

1.3.1.3.1 Tratado de Montevideo

A los principios de los países latinoamericanos, sus economías se basaban en la explotación de sus recursos naturales como fueron la actividad agrícola y la minería (Branding, 1984; Cerda-Silva, 2016; Franko, 2007; Keen y Haynes, 2008). El monopolio de la Corona Española hizo de Suramérica, un mercado tanto en la compra de bienes locales como la venta de determinados productos de los diferentes asentamientos conquistados (Keen y Haynes, 2008). La aculturación hostil española adoptada fue su lenguaje, costumbre y tradiciones; sobre todo, la religión, pero se disponía de poca capacidad de impresión porque se regían bajo la censura de la Iglesia Católica y la Corona; la impresión local era exclusivamente restringida y las colonias de esa época dependían de los editores españoles para satisfacer las necesidades culturales. Sus independencias se debieron gracias al contrabando de libros, que de alguna manera trajo ideas reales de la ilustración de América, el cual permitió las bases de la emancipación de los países de la región (Cerda-Silva, 2016).

Mediados del Siglo XIX, en América Latina se adoptaron ideas librecambistas tales como: (a) la ventajas absolutas de Adam Smith, la ventajas comparativas de David Ricardo y (c) ventajas competitivas de Michael E. Porter (Velásquez Vargas, 2016; Porter, 1990), las cuales permitió que se incrementen los esfuerzos en la explotación de sus recursos para el desarrollo de sus economías; y tal como Alberto Cerda-Silva (2016) dice que la principal preocupación de los juristas de aquella época era la propiedad como recurso y la propiedad intelectual era muy importante en vez del capital o el conocimiento (saber-hacer) que poseían. Constituciones como la de Argentina en 1819, México en 1824, Fueron los primeros que establecieron cláusulas de protección para alentar al progreso científico y artístico basados en modelos estadounidenses empero las constituciones como la de Perú en 1828,

Chile en 1833, Venezuela en 1830, Colombia en la constitución de 1858 y Brasil hasta finales de siglo XIX prefirieron adoptar el modelo francés que reconocía dichos derechos de autor como inherentes a la persona creadora (Cerdeira-Silva, 2016).

A finales del Siglo XIX, dos sistemas se disputaban la batuta por lograr una eficiente protección de las obras: (a) el europeo con la Convención de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas y (b) el interamericano con el Tratado de Montevideo el cual eran partes países del hemisferio americano. Como el Convenio de Berna reflejaba los intereses europeos para lograr una eficiente protección, países de América no estuvieron de acuerdo y crearon un sistema semejante, así en Montevideo, siete países tales como Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay forman el primer congreso sudamericano de derecho Internacional privado y comienza la adopción del Tratado de Derecho Comercial Internacional de Montevideo de 1889. Dentro de Congreso se reconoció varios derechos patrimoniales exclusivos a una vasta gama de obras como la protección a los autores de otros países miembros de acuerdo al derecho interno de cada país (bajo la regla de elección de ley “lex loci origins). La desventaja del tratado era referente al plazo de protección; era una decisión discrecional y limitada de las partes provistas en el país de origen. A diferencia del Convenio de Berna, este no creó una “alianza” y solamente era limitado a su adhesión a los países latinoamericanos. El tratado de Montevideo no cubría derechos propios tales como la ejecución y personificación de obras musicales y teatrales, sino disponía de una lista amplia de derechos patrimoniales únicos que protegía claramente a las obras fotográficas y coreográficas, y en particular, reconocía derechos únicos a todas las naciones miembros en la traducción de obras análogas (Carvajal M, 2011; WIPO, 1910a).

Los motivos del porque los países americanos no se adhirieron al convenio de Berna es un misterio. No obstante, algunos autores señalan probables razones como (a) el rechazo al poder europeo y como respuesta a la independencia rescatando su plenitud cultural, social y

económica, y (b) la profunda certeza de que si eran miembros del convenio los desfavorecían de aquellos países que compraban obras custodiadas. Cualquiera que sea la razón, en él se figura el primer impulso a la unión del continente americano para logara su propia travesía hacia el derecho internacional del derecho del autor (Harvard Law Review, 1947; Herrera-Sierpe, 1999). Más aun, el sistema interamericano otorgaba a todos sus miembros el poder de determinar el plazo de protección de los derechos de autor, esto bajo la exigencia de cláusulas para la obtención de protección conforme al derecho interno de cada país; caso contrario, aquellas obras que no cumplían con dichos requerimientos, pasaban a posesión del dominio público, dándoles toda autoridad sobre sus explotación, asimismo, ninguna remuneración a los titulares de esas obras. Algo muy interesante que resalta el autor Alberto Cerda (2016) es que:

A través del sistema interamericano, los países de la región podían rehuir proteger las obras europeas y, de tal modo, obtener acceso a piezas fundamentales para satisfacer algunas de sus necesidades culturales. Esto explica por qué los países latinoamericanos no sólo rechazaron ser partes del Convenio de Berna, sino que también rehusaron la adhesión general de los países europeos al sistema interamericano; como resultado de ello, los países de la región privaron de protección a las obras provenientes de sus antiguos colonizadores (citado también en (Uchtenhagen, 1998), p. 34).

Dicho de otra manera, todos los países miembros del sistema interamericano eran obligados a no proteger las obras provenientes del continente europeo porque el sistema del convenio de Berna era exclusivamente para obtener total beneficio a los países europeos. Finalmente, en particular, los Convenios de Paris y de Berna prueban la dualidad relativa de las terminologías “Propiedad Industrial” y “Derechos de Autor”; en ambos casos se tratan de

derechos monopólicos otorgados a los individuos empero finalizada su vigencia pasan a ser dominio de la sociedad (dominio público) (Zukerfeld, 2010).

1.3.1.3.2 Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas

Algunos años más tarde, surge una necesidad mundial de adoptar un sistema de protección a las marcas, en otras palabras, un servicio internacional que atienda todas las solicitudes de derechos de P.I. Con ocasión a la revisión del Convenio de París, en Madrid, en 1891, se estableció un clausula con la posibilidad de “uniones restrictivas”, y es ahí cuando nació este Arreglo de Madrid relativo a la opresión a las indicaciones o procedencias falsas o engañosas en los productos y el Arreglo de Madrid al Registro Internacional de la Marcas de fábrica o de Comercio (Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014). Fueron varios los países firmantes afín de que las marcas nacionales de un conjunto de Estados sean protegidas en otros Estados miembros. El Acuerdo ha sido revisado en Washington (1911), La Haya (1925), en Londres (1934) y en Lisboa (1958); y una última y definitiva revisión en Estocolmo de 1967 denominada “Acta Adicional”.

El primero exige que (OMPI, 2018c):

Todos los productos que lleven una indicación falsa o engañosa en virtud de la cual resulten indicados directa o indirectamente, como país o como lugar de origen alguno de los países a los cuales se aplica el presente Arreglo, o un lugar situado en alguno de ellos, sean embargados al ser importados en cada uno de los dichos países (como se cita en Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014, p. 19).

En el Arreglo de Madrid para el Registro Internacional de Marcas se suscribieron solo dos países Latinoamericanos que marcaron iniciativa; sin embargo siempre existirá desconformidad por algunos países, pero nada puede ser modificado sin utilizar argumentos válidos, de ese modo en 1989 se crea el Protocolo de Madrid; cuyo sistema permite proteger una marca en gran número de países mediante la obtención de un registro internacional que

surte efecto en cada una de las Partes Contratantes que hayan sido designadas (Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014). Finalmente, el sistema de Madrid reduce de esta manera la ardua tarea de realizar solicitudes paralelas en la mayoría de las oficinas nacionales de marcas; las marcas con registro internacional gozan de una protección de 20 años, con cláusula de poderse renovar por otros 20 años más sin pagar ninguna tasa. Cualquier registro de marca también se puede eliminar en los primeros 5 años, siempre y cuando, ya no este disfrutando de ninguna protección (OMPI, 2018c).

1.3.2 Las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual

En 1893, por la época de la expedición del Convenio de París para la protección industrial y el Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, estos dos subsistemas de la Propiedad Intelectual encargadas de administrar estos tipos de Convenios, se fusionan y se constituye el *Bureaux Internationaux reunix pour la protection de la propriété intellectuelle* (BIRPI); en español, el Buró Internacional Unido para la Protección de la Propiedad Intelectual, organización internacional que es entidad precursora en lo que hoy conocemos como la OMPI. Como sede se designó la ciudad de Suiza, siendo lógico que su manejo seria gestionada por el Gobierno Suizo (Carvajal M, 2011; OMPI, 2018d; Schmitz-Vaccaro, 2013; Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014).

Existieron dos cambios importantes durante el siglo XX que hizo que este organismo evolucionara: (a) la influencia de lobbies de asociaciones gremiales privadas que agrupaban a los profesionales en el tema de patentes y marcas tales como: (1) la Organización Internacional de Marcas (ITA, por sus siglas en ingles), (2) la Asociación Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (IAPIP, por sus siglas en ingles) y (3) Asociación Americana de Derechos de la Propiedad Intelectual (AIPLA, por sus siglas en ingles), cuyos grupos de interés defendían más sus intereses que puntos de vistas nacionales; y, (b) el

aumento de otros Estados miembros de 22 a 80 países, dado esto empezó a colapsar el funcionamiento de las Uniones, dado que, el proceso de toma de decisiones se basó en el principio de unanimidad; los interés cada vez aumentaban porque se agregaron a los convenios, a los países con economía en desarrollo, cuyos intereses se enfocaban más en el rol del usuario que de los titulares de los derechos intelectuales (Schmitz-Vaccaro, 2013).

En contraste a estos acontecimientos, se suma el interés de la Organización de la Naciones Unidas (ONU) en los temas de propiedad intelectual; asimismo, se limitaba a la recolección y difusión de información respecto a la Propiedad Intelectual, y a la elaboración de estadísticas a partir de los datos recolectados por todos los Estados miembros de la Unión. Como resultado de los intereses y preocupación por el desarrollo económico, llevo a que esta organización BIRPI evolucionara hacia una Organización con mayor autonomía y dinamismo, de manera que respalden las tendencias en el desarrollo de la Propiedad Intelectual y elaboren propuestas y borradores para futuros internacionales, es ahí donde nace la OMPI (Schmitz-Vaccaro, 2013).

1.3.3 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) – *World Intellectual Property Organization (WIPO)*

Los orígenes de la OMPI se originan en 1883 y en 1886, cuando se adoptaron dos diferentes convenios, de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Ambos Convenios solían ser como establecimientos denominadas "Oficinas Internacionales"; en 1967, los Estados miembros de la BIRPI se reunieron en el marco de una audiencia intergubernamental en la ciudad de Estocolmo, Suecia, con un simple enfoque de revisión de los Convenios empero al final conllevó a una inspección general más detallada de los acuerdos internacionales suscritos hasta esa fecha tales como (a) Convenio de Berna y de París, (b) Arreglo de Madrid,

Haya, Niza y Lisboa; y, finalmente a una serie de reformas orgánicas y administrativas (Carvajal M, 2011; Schmitz-Vaccaro, 2013; Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014).

Dado esto, en ese año se firma, bajo el acuerdo de los representantes, el Convenio que establece la OMPI, conocido también “Convenio de Estocolmo”, el cual entro en vigencia en 1967 y se cambia de localidad, de Berna a Ginebra en 1960; y finamente se enmendó en una sola oportunidad en 1979. En efecto, con objeto de constituir un solo organismo intergubernamental con mayor autonomía que se encargue de administrar y obtener metas comunes entre todos los Estados, en virtud del Convenio de la OMPI, nace en Ginebra la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en ingles *World Intellectual Property Organization* (WIPO) (Schmitz-Vaccaro, 2013).

1.3.3.1 Objetivos y Actividades

Como objetivo general de la OMPI son: (a) promover la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo mediante la cooperación de los Estados y (b) asegurar la colaboración de las tareas administrativa entre sus miembros, asimismo, con cualquier otra organización internacional (Schmitz-Vaccaro, 2013; Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014), señalado en el Artículo 4 del Convenio (WIPO, 2018b). La OMPI, además de ocuparse de los oficios administrativos de las Uniones, también se encarga de otras actividades para alcanzar esos objetivos, de ese modo incluyen:

- (a) la creación de reglas y normas para la protección y la observancia de los derechos de propiedad intelectual mediante la concertación de tratados internacionales; (b) las actividades programáticas en la prestación de asistencia técnica y jurídica a los Estados en el ámbito de la propiedad intelectual; (c) las actividades de normalización y de clasificación internacionales en la cooperación entre las oficinas de propiedad industrial en lo que respecta a la documentación relativa a las patentes, las marcas y los dibujos y modelos industriales; y, (d) las actividades de registro y presentación de

solicitudes en la prestación de servicios relacionados con las solicitudes internacionales de patentes de invención y el registro de marcas y dibujos y modelos industriales (WIPO, 2018c, s.p.).

1.3.3.2 Órganos Principales

Además, cuenta con tres órganos: (a) Conferencia, (b) Asamblea General y (c) Comité de Coordinación. El primero está formado por los Estados Miembros de la OMPI. El segundo lo forman los Estados que son parte del Convenio de la OMPI, y finalmente el tercero lo conforma los miembros elegidos por los Comités Ejecutivos de la Unión de París y de Berna (WIPO, 2018c).

1.3.4 OMPI como parte del Organismo de la Naciones Unidas (ONU)

En 1974, la OMPI pasa a constituirse como organismo especializado del sistema de la ONU, bajo un Acuerdo firmado entre las dos partes a fin de ocuparse de las cuestiones de Propiedad Intelectual, a ella enmendadas por los Estados miembros de la ONU. Hoy la OMPI/WIPO cuenta con 191 Estados miembros, abarcando más del 90% de los países del mundo como respuesta de la importante y congruente labor es este Organismo; por otra parte, tiene a su cargo la gestión de 26 tratados internacionales incluyendo el Convenio de la OMPI. En particular, tiene como objetivo el crecimiento de un sistema de Propiedad Intelectual Internacional armónico y asequible que estimule y promueva la creatividad e innovación, y asimismo, ayude al crecimiento económico amparando a la vez el interés público (Carvajal M, 2011; Márquez Robledo, 2004; Schmitz-Vaccaro, 2013; WIPO, 2018d).

1.3.5 Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)

Haciendo un breve resumen, todo parte del acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio (GATT, en inglés), el cual era una reunión periódica de un grupo de países (entre ellos gobiernos del Commonwealth de Australia, Reino de Bélgica, Birmania, Estados

Unidos del Brasil, Canadá, Ceilán, República de Cuba, República Checoslovaca, República de Chile, República de China, Estados Unidos de América, República Francesa, India, Líbano, Gran Ducado de Luxemburgo, Reino de Noruega, Nueva Zelandia, Reino de los Países Bajos, Paquistán, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Rhodesia del Sur, Siria y Unión Sudafricana) que se realizaba con el fin de negociar aranceles en función del principio de reciprocidad y de mutuas ventajas (SENADI, 2014c), por ejemplo, la reducción sustancial de los aranceles aduaneros, de las barreras comerciales, y la eliminación del trato discriminatorio en materia de comercio internacional (Biblioteca del Congreso Nacional, 1957). Este acuerdo tenía como objetivos: (a) contribuir o aumentar los niveles de vida; (b) lograr el pleno empleo; (c) aprovechar los recursos mundiales; (d) desarrollar la producción y el intercambio de mercancías y (e) fomentar el desarrollo económico. A esas reuniones periódicas de las conocía como “rondas”, se conoce que una de la primera fue en 1947 denominada “ronda de ginebra”, fue en ella donde nació la terminología GATT; muchas rondas se dieron lugar hasta que 1986 dio presencia a la “ronda de uruguay” donde se trató de cambiar y extender los acuerdos que hasta la fecha están en vigor sobre temas del comercio internacional (SENADI, 2014c). Esta última ronda fue muy debatida y se extendió hasta 1993 y culminó en la ronda de Marruecos dando paso al establecimiento de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (Heredero, 2015; SENADI, 2014c).

Muy aparte de los tratados que se administran en las oficinas internacionales OMPI, existe otro organismo diferente al sistema de la ONU pero que de alguna manera colabora con ella, llamada la Organización Mundial del Comercio (OMC), el cual dio nacimiento a acuerdos relacionados con el comercio de mercancías (SENADI, 2014). Estas entidades internacionales crearon a raíz del acuerdo de Marrakech en 1994, lo que hoy en día se conoce como el acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), en inglés TRIPs (Rangel-Ortiz, 2012; Tinoco de Soares y Tobón

Franco, 2014). Una de las características es que dispone que los países miembros se comprometan a proteger los DPI conforme a los niveles, reglas y criterios ahí previstos en los anteriormente capítulos convenios: (a) Convenio de Berna y (b) Convenio de París, asegurando de esa manera que son la columna vertebral del derecho internacional de la P.I (Rangel-Ortiz, 2012; Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014). Además, en ellos se incorporan otros principios fundamentales, muy aparte de los ya nombrado, como son la convención de Roma sobre los derechos conexos y el tratado de Washington sobre los semiconductores (DPI), y se añaden el principio de la nación más favorecida (NMF) propia de la OMC; en la parte II del mismo acuerdo se describen una serie de requisitos a fin de que se cumplan todas las modalidades incluidas en él, por ejemplo, requisitos básicos de protección, su duración y su alcance (Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014). Los temas tiene especial importancia cuando se quiere de alguna forma específica, precisar las condiciones en las cuales los estados adheridos de la ADPIC, representados en América Latina y Caribe, pongan en práctica los compromisos en materia de observancia aludidos en el Art 41 de la Parte II del ADPIC, así tenemos (a) Obligaciones generales, (b) Procedimientos y recursos civiles y administrativos, (c) Medidas provisionales, (d) Prescripciones especiales relacionadas con las medidas en frontera, y (e) Procedimientos penales (Rangel-Ortiz, 2012).

En definitiva, lo que tratan el acuerdo de la OMC sobre los ADPIC tratan de mantener un equilibrio entre el objetivo social a largo plazo al ofrecer incentivos para la invenciones y creaciones futuras, y un objetivo a corto plazo al permitir el uso de las invenciones y creaciones existentes (WTO, 2006a).

MARCO LEGAL

1.3.6 Tipos de Propiedad Industrial

La propiedad intelectual se divide tradicionalmente en dos ramas: (a) Propiedad Industrial y (b) Derechos de Autor. La importancia de la propiedad intelectual se debe por dos eventos los cuales fueron revisados anteriormente, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883) y el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886); y ambos tratados son administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

1.3.6.1 Propiedad Industrial

En él se incluyen las patentes de invenciones, marcas, diseños industriales (dibujos y modelos) e indicaciones geográficas y denominaciones de origen, topografía o esquemas de trazado de circuitos integrados, secretos empresariales, variedades de vegetales y competencia desleal (Omatos Soria, 2018; WIPO, 2018^a; WTO, 2018; WIPO, 2008e). En generales, se lo define como “creaciones de la mente humana con valor comercial, a las cuales se les ha concedido un derecho de propiedad exclusivo” (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011, p.6). Una forma de custodiar todas estas invenciones intelectuales dirigidas a la industria es a través de patentes y/o secreto empresarial (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.1 Patentes de Invención

1.3.6.1.1.1 Patente

Es un derecho que el Estado confiere en forma exclusiva a las invenciones...provee a su titular el derecho a explotar industrial y/o comercialmente en forma exclusiva su invento...tendrá un plazo de duración de veinte años, contados a partir de la fecha de presentación de la respectiva solicitud si es de invención y de diez años si es modelo de utilidad (SENADI, 2014f, p.6).

1.3.6.1.1.2 Invención

Es toda creación del hombre destinada a resolver problemas del diario vivir. Cuando la invención es nueva y proporciona soluciones distintas a las ya conocidas hasta el momento, mejorando las características en función de una mejor calidad de los productos, obtenidos para el beneficio del hombre, los animales, las plantas o el medio ambiente, estamos frente a un invento que puede ser protegido por una patente (SENADI, 2018e, s,p).

En definitiva, una patente de invención es un derecho de exclusividad, otorgado por el Estado, para tutelar y comercializar una invención por un tiempo limitado (según como lo determine la ley de cada país). También una patente de invención es toda solución a un dilema de la ciencia que genere una tarea o un trabajo industrial esta puede ser un producto, un procedimiento o algo que se relacione con ellos; el plazo de protección de una patente tendrá un plazo de veinte años, contados a partir de la fecha que se entrega la solicitud siempre y cuando sea de invención. Para que nuestra legislación otorgue una patente respecto a una invención se debe cumplir con tres requisitos importantes (SENADI, 2014 a; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011):

1.3.6.1.1.3 Novedad

Se considera que una invención es nueva cuando no forma parte del “estado de la técnica” anterior. Decidir si una invención es nueva y no obvia, se debe consultar el estado de la técnica para poder valorar correctamente la invención; es decir, los inspectores de patentes deben entender la invención y buscar elementos del estado de la técnica que sean relevantes, aquellos que destruyan la novedad de la invención o demuestre su obviedad (SENADI a, 2014; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.1.3.1 El estado de la técnica

Comprende todo lo que haya sido accesible al público, por una escrita u oral, por una utilización o por cualquier otro medio antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la prioridad reconocida. Solo para el efecto de la determinación de la novedad, también se considerará, dentro del estado de la técnica, el contenido de una solicitud de patente en trámite ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, cuya fecha de presentación o de prioridad fuese anterior a la fecha de prioridad de la solicitud de patente que se estuviese examinando (SICE, Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual. Decisión n°486: Régimen Común sobre Propiedad Industrial Art 16, 2000c).

1.3.6.1.1.4 Nivel Inventivo

Se considera que una invención tiene nivel inventivo cuando para una persona experimentada en la materia técnica sea un producto o servicio no resulta obvio ni estuviese dicha invención registrado anteriormente por otras personas de manera evidente en el estado de la técnica (SENADI, 2014 a; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.1.5 Aplicación Industrial

Se considera que una invención es susceptible de aplicación industrial cuando la invención pueda ser fabricada o utilizada ventajosamente en rama de una actividad económica, en su más amplio sentido (SENADI, 2014a; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011). Los requerimientos para una patentabilidad “se juzgan con relación al Estado de la Técnica, el cual está constituido por todo aquello que antes de a fecha de presentación de la solicitud se ha hecho accesible al público” (SENADI, 2014a, p.3).

1.3.6.1.2 Modelos de Utilidad

Los modelos de utilidad es toda nueva forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna de sus partes, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del

objeto que lo incorpora o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía; así como cualquier otra creación nueva susceptible de aplicación industrial que no goce de nivel inventivo suficiente que permita la concesión de patente (SENADI, 2014a).

Es decir, es una creación que radica en una nueva configuración o forma tridimensional a objetos ya conocidos o partes de los mismos, cuyos modelos se utilicen para realizar una praxis específica siempre y cuando provoque un beneficio distinto, un mejor o diferente funcionamiento, utilidad o fabricación del objeto en la función a la que está asignado o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico y sea nueva y susceptible a prácticas productivas que antes no tenía otra creación. El plazo de protección de los modelos de utilidad será de diez años partiendo desde la fecha que se presente la solicitud de la patente (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 81 y 84, 2000c; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.3 Marcas Comerciales

Una marca es todo rasgo visible, innovador y peculiar que permite diferenciar productos, servicios o sociedades comerciales o industriales de otros de su misma clase o ramo en el mercado, por ejemplo, nombres seudónimos, palabras o combinación de ellas, letras y números, expresiones arbitrarias o de fantasía (símbolo), combinación de colores, viñetas, etiquetas, textura, forma, envases o envolturas o a la combinación de estos elementos (logotipo o diseño), frases de propaganda o publicitarias (sonido) o un olor (SENADI, 2018d; SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 134, 2000c; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.4 Tipos de Marcas

Según la SENADI existen 6 tipos de marcas (SENADI, 2018d; SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 175, 180, 185, 190 y 200, 2000c):

1.3.6.1.4.1 Marca de certificación

Aquel signo aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han cumplido los requisitos para obtener tal certificación.

1.3.6.1.4.2 Marca colectiva

Es aquel signo, adoptado por una asociación de productores, fabricantes, prestadores de servicio, organizaciones o grupo de personas legalmente establecidas que permite distinguir el origen geográfico, el material, medio de fabricación u otras especificaciones comunes de un producto o servicio de una empresa en específico.

1.3.6.1.4.3 Marca tridimensional

Aquel signo que por alto, ancho y profundo se ocupa en sí mismo de un espacio determinado de un producto.

1.3.6.1.4.4 Nombre Comercial

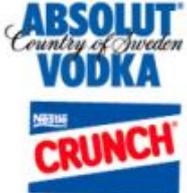
Signo que identifica un negocio o actividad económica, corporación o a un establecimiento mercantil. Dicha empresa podrá tener dos a más nombres comerciales.

1.3.6.1.4.5 Lema Comercial

Es la frase, palabra o leyenda publicitaria que acompaña a una marca.

1.3.6.1.4.6 Rótulos o Enseñas

Es aquel signo, palabra, letra, dibujo, imagen, color, logotipo, grafico, etiqueta, símbolo, número o combinación de estos elementos perceptible que identifica un a un establecimiento de comercio.

<p>Figurativos</p> 	<p>Denominativos</p> <p>Colgate Nestlé Deja</p>	<p>Mixto</p> 
<p>Tridimensionales</p>  <p>Formas</p>	<p>Sonoros</p>  <p>El rugido del león de MGM</p>	<p>Olfativos</p>  <p>Olor de hierba cortada para identificar pelotas de tenis.</p>
<p>Táctiles</p>  <p>Textura de la botella</p>	<p>Marcas de productos</p> 	<p>Marcas de Servicios</p>  <p>corporación nacional de telecomunicaciones</p>

1. Tipos de Marcas. Imagen 1 de 2. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

<p>Apariencias Distintivas</p> 	<p>Lemas comerciales</p>  <p>Orgullosamente ecuatoriana</p> <p>Destapa la felicidad</p>	<p>Nombres comerciales</p> 
<p>Denominación de origen</p> <p>Denominación:</p>  <p>Producto: Sombreros de paja toquilla</p>	<p>Certificación o garantía</p>  <p>ROYALCERT ISO 9001:2000</p> <p>American Diabetes Association.</p>	<p>Colectivas</p>  <p>Helados de Salcedo</p>

- Clasificación dependiendo de la Naturaleza de cada uno de ellos
- Signos distintivos que se reconocen o registran

2. Tipo de Marca. Imagen 2 de 2. Obtenido de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>

1.3.6.1.5 Diseños Industriales (Dibujos y Modelos)

Se considerará como dibujo industrial toda combinación de líneas, formas o colores y como modelo industrial toda forma plástica, asociada o no a líneas o colores, que sirva de tipo para la fabricación de un producto industrial o de artesanía y que se diferencie de los similares por su configuración propia (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 113, 2000c, s.p).

1.3.6.1.5.1 Características

Los diseños industriales son toda forma tridimensional o bidimensional que se diferencia de sus similares sea esta por su forma, su estructura geométrica, línea, contorno, configuración, textura o material o su ornamentación de estas siempre y cuando tenga características industriales o artesanales específicas que le den un aspecto especial apreciable por medio de la vista; los diseños tendrán una duración de 10 años que comienza a partir de la fecha que se presenta la solicitud (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 128, 2000c; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.6 Indicaciones Geográficas (IG)

Según Carlos Correa declara que “una indicación geográfica es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen” (SENADIB, 2014, s.p; WIPO, 2017).

1.3.6.1.6.1 Indicaciones de Procedencia (IP)

Se entenderá por indicación de procedencia un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado. No pueden utilizarse en el comercio cuando sean falsas o engañosas con respecto a su origen, procedencia, calidad o cualquier otra característica del producto o servicio (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 221 y 222, 2000c, s,p).

1.3.6.1.6.2 Denominaciones de Origen (DO)

Se entenderá por indicación geográfica aquel signo utilizado que identifique un producto como originario del territorio de un país, de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico, incluidos los factores naturales y humanos (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 201, 2000). Las denominaciones de origen son productos especiales cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce...estas denominaciones pueden estar relacionadas con la “marca país” pero no tienen el mismo significado (SENADI, 2018e, s.p).

1.3.6.1.6.3 Características y Similitudes

Tanto la IG como DO son derechos de propiedad industrial que reconoce a un producto como originario de un país, región o localidad del territorio nacional cuando se le asigna una específica calidad o reputación u otra característica imputable con respecto a su cimiento geográfico. Por otro lado, como un tipo de signo distintivo y semejante a los términos de las IG, un DO se diferencia porque identifican un país, una región o un lugar determinado donde contempla los factores naturales y humanos en los procesos de producción, elaboración y / o extracción de un determinado producto. Por lo general, un DO consiste en un nombre geográfico o designación tradicional geográfica utilizada para productos que tienen cualidades o especificaciones particulares. Finalmente, el plazo de vigencia para una denominación de origen tendrá una duración de diez años, pudiendo ser renovada por periodos iguales, de conformidad con el procedimiento de renovación de marcas (Errázuriz Tortorelli, 2010; SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 210, 2000c; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).



3. Las dominaciones de origen vigentes en el Ecuador. Obtenido de <http://www.cibepyme.com/minisites/ecuador/es/propiedad-intelectual/indicaciones-denominacion/>

1.3.6.1.7 Secretos Empresariales

Según la Ley de Propiedad intelectual en la decisión N° 486 Art 260 del Régimen Común sobre la propiedad industrial (2000c) declara que un secreto empresarial es cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica legítimamente posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero, en la medida que dicha información sea:

- a) secreta, en el sentido que como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes, no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva;
- b) tenga un valor comercial por ser secreta; y
- c) haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.

Es decir, llamamos secretos empresariales a todo conocimiento y técnica explicada a raíz o con coyuntura de una idea, pensamiento o plan de investigación que no está custodiado

por una patente o algún ámbito legal; la indagación de un secreto empresarial podrá estar referida a la naturaleza, particularidad o propósito del productos, a los métodos o medios de producción; o, al proceso o maneras de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.1.7.1 Características

Un secreto empresarial está protegido contra la divulgación, adquisición o uso por parte de terceros; podrá ser transmitido o autorizado a terceros siempre y cuando no sea divulgado por ningún medio, salvo pacto en contrario con quien le transfirió u otorgo el uso de dicho secreto. En aquellos acuerdos en que se transfieran conocimientos técnicos, asistencia técnica o provisión de ingeniería básica o de detalle, se podrán fijar formalidades particulares intransferibles para proteger esos secretos allí contenidos, siempre y cuando no contradigan a las normas sobre libre competencia. Finalmente, la vigencia durara mientras cumplan los requisitos establecido en el Art 260 de la Ley de Propiedad Intelectual (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 262, 263 y 264, 2000c).

1.3.6.1.8 Topografías o Esquemas de trazados de Circuitos Integrados

1.3.6.1.8.1 Circuito Integrado

Se denomina a:

Un producto, en su forma final o intermedia, cuyos elementos, de los cuales al menos uno es un elemento activo y alguna o todas las interconexiones, forman parte integrante del cuerpo o de la superficie de una pieza de material, y que esté destinado a realizar una función electrónica (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 86, 2000c, s.p).

1.3.6.1.8.2 Esquema de Trazado

Se denomina a “la disposición tridimensional, expresada en cualquier forma, de los elementos, siendo al menos uno de éstos activo, e interconexiones de un circuito

integrado, así como esa disposición tridimensional preparada para un circuito integrado destinado a ser fabricado” (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 86, 2000c, s.p).

1.3.6.1.8.3 Características

Un esquema de trazado será custodiado siempre cuando sea producto del esfuerzo intelectual y original propio de su inventor; si ese esquema de trazado está compuesto de uno o más composiciones eléctricas o combinación de tales elementos en el campo de los circuitos integrados o no, se lo custodiará si cumple con esa condición, y finalmente el plazo tendrá una duración de 10 años contados (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 87, 88 y 98, 2000c).

1.3.6.1.9 Competencia Desleal a la Propiedad Intelectual

Según la Ley de Propiedad intelectual en la decisión N° 486 Art 258 del Régimen Común sobre la propiedad industrial (2000) declara que un competencia desleal es “todo acto vinculado a la propiedad industrial realizado en el ámbito empresarial que sea contrario a los usos y prácticas honestos” (s.p). Existen 3 actos vinculados a la propiedad intelectual tales como el Art 259 lo cita (SICE, Ley de Propiedad Intelectual Decisión N° 486 Art 259, 2000c, s.p):

- a) Cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;
 - b) Las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;
- o,

- c) Las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

1.3.6.1.9.1 Otras prácticas deshonestas a la competencia desleal

Del modo como podemos resumir que cuando existe un comportamiento o prácticas contrarias a las exigencias de la buena fe, sean estas por cualquier empresario o profesional, es acto de competencia desleal. Y según el Art 259 mencionada podemos destacar 3 principales prácticas o actos de competencia desleal como (a) actos de engaño, (b) actos de confusión y (c) omisiones engañosas. Existen otras prácticas deshonestas que distorsionar el comportamiento del mercado y sus consumidores tal como Nicole Roldán (2018) lo describe:

1.3.6.1.9.1.1 Prácticas agresivas

Cuando se usan prácticas de acoso, coacción, influencia indebida y uso de la fuerza restringiendo la libertad de elección de los consumidores o competidores

1.3.6.1.9.1.2 Actos de denigración

Cuando se trata de perjudicar la reputación de los competidores con información falsa o inoportuna.

1.3.6.1.9.1.3 Actos de comparación e imitación

Cuando se trata de copiar y comparar productos o servicios utilizando técnicas de engaño, empresariales o comerciales o actos de violencia o denigración a otros con el fin de confundir al consumidor o limitar la competencia.

1.3.6.1.9.1.4 Explotación de la reputación ajena

Cuando se trata de aprovechar injustamente de las ventajas del prestigio empresarial, comercial o profesional por parte de un competidor.

1.3.6.1.9.1.5 Violación de secretos

Cuando se divulga cualquier enigma empresarial a través del espionaje o situaciones parecidas sin el consentimiento de su inventor.

1.3.6.1.9.1.6 Violación de normas

Cuando se trata de obtener ventaja comparativa producto de la violación de normas establecidas.

1.3.6.1.9.1.7 Inducción a la infracción contractual

Cuando una empresa induce a otros sea trabajadores, proveedores o cliente a transgredir los deberes contractuales que se hayan contraído con la competencia.

1.3.6.1.9.1.8 Publicidad ilícita

Cuando se trata de menospreciar o atacar en campañas publicitarias las cualidades peyorativas de los productos o servicios de la competencia.

1.3.6.1.9.1.9 Discriminación y dependencia económica

Cuando una empresa trata de discriminar y aprovechar a sus consumidores y proveedores de manera caprichosa de los cuales dependen.

1.3.6.1.9.1.10 Venta a pérdida

Cuando a través de precios relativamente “baratos” o “precios bajos” hacen confundir a los consumidores y como consecuencia desprestigia o expele a los competidores.

1.3.6.2 Derecho de Autor

En él abarca obras literarias como novelas, poemas y obras de teatro, películas, música, obras artísticas como dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, diseño arquitectónico y obras científicas como las teorías científicas o método matemáticos o cualquiera que sea el modo de expresión (Omatos Soria, 2018; WIPO, 2018a; WIPO, 2008e; WIPO, 2016f ;WTO, 2018b). La expresión nos remite al creador de alguna “obra”; su autor, tal como lo reconoce en la mayoría de legislaciones, goza de derechos específicos sobre sus creaciones que solo

él/ella puede ejercer (WIPO, 2016f). Lo que protege en si es la forma de expresión de las ideas y no a las ideas propiamente dichas, es decir las ideas plasmadas. Las obras protegidas por derecho de autor son inventivas con relación a la preferencia y la condición del medio de expresión sean estas en palabras, notas musicales, colores y formas; por consecuente, el derecho de autor protege al titular de derechos exclusivos de propiedad contra todo aquel que copie, divulgue o utilice la forma particular en la que ha sido expuesta la obra original (WIPO, 2016f):

La protección jurídica de estas obras “únicamente prohíbe utilizar sin la debida autorización la expresión de las ideas” (WIPO, 2016 f, p. 6) ; es decir solo los autores y los creadores pueden inventar, comercializar y tener derechos de una obra similar de otro autor siempre y cuando no se infrinja y no se copie la totalidad de la obra. Un dato importante es la ideas plasmadas en la obra no deben ser del todo originales sino la forma de expresión de las mismas.

1.3.6.2.1 Titular de los derechos

Según el Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos Decisión N°351 Art 8, 9 y 10 (SICE, 1998b) el titular de los derechos de una creación intelectual (obra literaria o artística) es la persona que crea el trabajo, al autor; salvo prueba en contrario, la persona cuya denominación, apodo u otro signo que la identifique, se manifieste en la obra. Si una persona natural o jurídica, diferente al autor, quiere gozar de los derechos patrimoniales de la obra debe regirse a las legislaciones internas dispuestas de los países miembros y finalmente, las personas naturales o jurídicas pueden ejercer los derechos patrimoniales de una obra originaria o derivada de acuerdo a la legislación nacional, por su encargo o bajo relación laboral.

1.3.6.2.2 Objeto de Protección

Existen otros ejemplos de obras que entran como objeto de protección, algunos tales como los literales j y l son objetos de protección tal como señala el Convenio de Berna y la OMPI empero no son objeto de protección aun en la legislación ecuatoriana así tenemos (SICE, Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos Decisión N°351 Art 4, 1998b, s.p; WIPO, 2016f; p.10):

- a) Obras expresadas por escrito como libros, folletos y otros escritos expresados mediante letras, signos o marcas convencionales;
- b) Conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma índole;
- c) Obras dramáticas o dramático-musicales;
- d) Obras coreográficas y pantomimas;
- e) Obras cinematográficas y demás obras audiovisuales a las cuales se asimilan las obras expresadas por procedimiento a la cinematografía;
- f) Obras de bellas artes como los dibujo, pintura, arquitectura, escultura, grabado y litografía;
- g) Obras fotográficas a las cuales se asimilan las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía;
- h) Obras de artes aplicadas;
- i) Ilustraciones, mapas, planos, croquis, bosquejos y obras tridimensionales (plásticas) relativas a la geografía, la topografía, la arquitectura o las ciencias;
- j) Las traducciones, adaptaciones, arreglos musicales, composiciones musicales con o sin letra y demás transformaciones de una obra literaria o artística originales;
- k) Los programas de ordenador;

- l) Las colecciones de obras literarias o artísticas tales como las enciclopedias y antologías que, por la selección y la disposición de las materias, constituyan creaciones intelectuales.
- m) Las antologías o compilaciones de obras diversas y las bases de datos, que por la selección o disposición de las materias constituyan creaciones personales

El derecho de autor está caracterizado por los siguientes fundamentos (Pabón Cadavid, 2009, p.60):

- a) El derecho de autor corresponde a una concepción jurídica de la teoría filosófica individualista, de derecho natural, en donde el derecho surge por la labor intelectual; en esa medida, la protección es automática al momento de la creación, y no se requieren formalidades para la existencia del derecho;
- b) El derecho de autor está compuesto por derechos patrimoniales, y especialmente por derechos morales de autor relacionados con su esfera personal y que protegen su individualidad, su honor y prestigio;
- c) La protección que se otorga está limitada en el tiempo, y tiene como base la vida del autor y mínimo cincuenta años *post mortem auctoris*.

1.3.6.2.3 Derechos conexos

Los derechos relacionados con los derechos de autor llamados también conexos o afines tiene como tarea la tutela de: (a) los intereses legales de determinadas personas y entidades jurídicas que contribuyen a la puesta a disposición del público de obras o que hayan producido objetos que, aunque no se consideren obras en virtud de los sistemas de derecho de autor de todos los países, contengan suficiente creatividad y capacidad técnica y organizativa para merecer la concesión de un derecho de propiedad que se asimile al derecho de autor (WIPO, 2016f; p.27).

En resumen, los derechos conexos son aquellos que brindan protección a aquellos que sin ser autores apoyan con creatividad, técnica u estructura en el proceso de poner a disposición del público una obra. De este modo, se han venido otorgando derechos a tres categorías de beneficiarios tales como (a) artistas intérpretes o ejecutantes en sus actuaciones; (b) los productores de grabaciones sonoras (fonogramas) y (c) las emisoras en sus programas de radio y televisión (radiofusión) (Omatos Soria, 2018; WIPO, 2018^a; WIPO, 2008e; WIPO, 2016f; WTO, 2018;). Se da reconocimiento a los artistas intérpretes y ejecutantes en la medida en que su intervención creativa sea participe; asimismo, se reconocen derechos a los productores de grabaciones sonoras en la medida en que sus recursos creativos, económicos y de ordenamiento sean participe con el fin de ponerlos a disposición pública, muchas veces basadas en obras musicales de forma comercial, estas creaciones tienen intereses legítimos en contar con recursos jurídicos de protección para castigar cualquier acto de utilización, comunicación, elaboración y distribución no autorizada. Estos derechos son contemplados en el Convenio de Roma desde 1961 pero como esta en constante cambios, para dos específicas categorías, la OMPI cuenta con dos tratados el cual permite a que los países miembros custodien estas obras tales son (a) Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT, en inglés, adoptado en 1996) y el tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales (adoptado en 2012) (WIPO, 2016).

1.3.6.2.3.1 Beneficiarios

En las legislaciones nacionales se contemplan tres categorías de beneficiarios de derechos conexos:

1.3.6.2.3.1.1 Artistas intérpretes y ejecutantes

Se estipulan sus derechos a impedir la fijación (grabación), la radiodifusión y comunicación al público sin su consentimiento de sus interpretaciones o ejecuciones en directo así como el derecho a impedir la reproducción de fijaciones de sus interpretaciones o

ejecuciones en determinadas circunstancias. En cuanto a la radiodifusión y la comunicación al público, puede estipularse la obligación de una remuneración equitativa en vez de un derecho a impedir esos actos (WIPO, 2016f, p.30). Para este tipo de categoría se otorgan, solo en algunas legislaciones, derechos morales con el propósito de prohibir el uso ilegal de su nombre e imagen o la alteración de sus interpretaciones o ejecuciones en medida que exista un agravio de su reputación (WIPO, 2016).

1.3.6.2.3.1.2 Productores de grabaciones sonoras

Se estipulan sus derechos a “autorizar o prohibir la reproducción, importación y distribución de sus grabaciones sonoras y copias derivadas de los mismos y a una remuneración equitativa por la radiodifusión y comunicación al público de sus grabaciones sonoras” (WIPO, 2016f, p.30).

1.3.6.2.3.1.3 Organismos de radiofusión

Se estipulan sus derechos a “autorizar o prohibir la retransmisión, la fijación y la reproducción de sus emisiones” (WIPO, 2016f, p.30). Existen ciertas legislaciones que otorgan ciertos derechos adicionales, por ejemplo, “derechos de alquiler” también estipulados en el tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas a los productores de grabaciones sonoras con respecto a sus reproducciones sonoras, obras audiovisuales para los artistas intérpretes y ejecutantes y transmisión por cable. Por otro lado, tal como es el caso de los derechos de autor, también hay limitaciones y excepciones para los tratados sobre derechos conexos, por ejemplo, utilizar cualquier categoría anterior con fines de enseñanza, investigación científica y utilización privada y la utilización de pequeños esquemas para anunciar temas de actualidad (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011; WIPO, 2016). El plazo de vigencia de protección de los derechos conexos dependen de cada país, en el Ecuador se otorga un plazo que no podrá ser menor de cincuenta años contando a partir de primer día del primer mes del año siguiente al que se realizó la fijación (SICE,

Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos Decisión N°351 Art 36 y 38, 1998b, s.p; DINAPI, 2019; WIPO, 2016f; p.31).

Por concluir, la OMPI otorga mayores beneficios a los países en desarrollo porque según estudios realizados estos países poseen “industrias culturales y creativas, dinámicas y prosperas en todos los ámbitos, desde la música hasta las artes visuales, los videojuegos y las películas” (WIPO, 2016f; p.32). Es por este motivo que ayudan enormemente a las economías de estos países, sin la respectiva protección de los derechos conexos y de autor, las ganancias económicas de una obra no siempre se quedarían en el país origen ni volverían a él, por tal motivo ambos cumple un doble objetivo de “preservar y desarrollar la cultura nacional y brindar un instrumento para la explotación comercial en los mercados nacionales e internacionales” (WIPO, 2016f; p.32). El interés de estos países por la protección va más lejos de la protección de la industria cultural nacional, se trata más al comercio internacional y el desarrollo. Las expresiones culturales de estos países se los conocen como “expresiones culturales tradicionales o expresiones del folclore” (WIPO, 2016f; p.32).

A pesar de no haber un respaldo escrito se deberán proteger mediante un derecho de autor en la medida que exista intervención de expresión creativa, aunque se apoya de base de una leyenda o relato tradicional. Más aun, las interpretaciones o ejecuciones que hayan sido expuestas al público por los mismos artistas, al conceder derechos conexos, los países en desarrollo podrán custodiar grandes y antiguas manifestaciones culturales de valor innumerable y de carácter particular entre unos con otros países. Finalmente, a los productores de grabaciones sonoras que ayudan a afianzar los establecimientos de las industrias nacionales que propagan las interpretaciones tradicionales y culturales en el país y en otros (WIPO, 2016). Hoy en día, el nivel de protección que proporcione un país a los derechos de P.I se asemeja al potencial de un país al aprovecharse del comercio internacional, en rápido crecimiento, de productos y servicios protegidos por esos derechos (WIPO, 2016).

Dado el avance de las infraestructuras informáticas y de telecomunicaciones ha dado origen a nuevas inversiones internacionales en una gran cantidad de sectores económicos de los países en desarrollo, entre otros, el de la P.I. Por esos motivos los derechos de autor y los conexos tienen una finalidad mucho más importante y forman un requisito necesario para la intervención en el nuevo sistema de comercio e inversiones universales (WIPO, 2016).

1.3.6.2.4 Variedades de Vegetales

Se conoce al conjunto de plantas de única clasificación botánica cuando esta sea nueva, distinta, homogénea y estable, asimismo se le haya otorgado una denominación que sea de generación genérica (SENADI, 2019; SICE, 1997a; Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011). Según la decisión N° 345 del Régimen Común de Protección a los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales Art 4 (1997) declara que los países miembros pueden dar certificados de obtentor a las personas que hayan inventado variedades de vegetales siempre y cuando sean nuevas, homogéneas, distinguibles y estables, pero además que se le haya otorgado su designación genérica. Finalmente, dentro de la misma decisión se impide que terceros realicen sin su consentimiento actos de reproducción, propagación o multiplicación de la variedad protegida (SICE, Régimen Común de Protección a los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales Decisión N°345 Art 24, 1997a).

1.3.6.2.4.1 Distinguibilidad

Se considera totalmente distinta si se diferencia de manera visual y clara de cualquier otra cuya existencia fuese comúnmente conocida a la fecha de presentación de la solicitud.

1.3.6.2.4.2 Homogeneidad

Se considera homogénea si es totalmente uniforme en sus caracteres esenciales, teniendo presente las variaciones previsibles según su forma de producción, multiplicación o propagación.

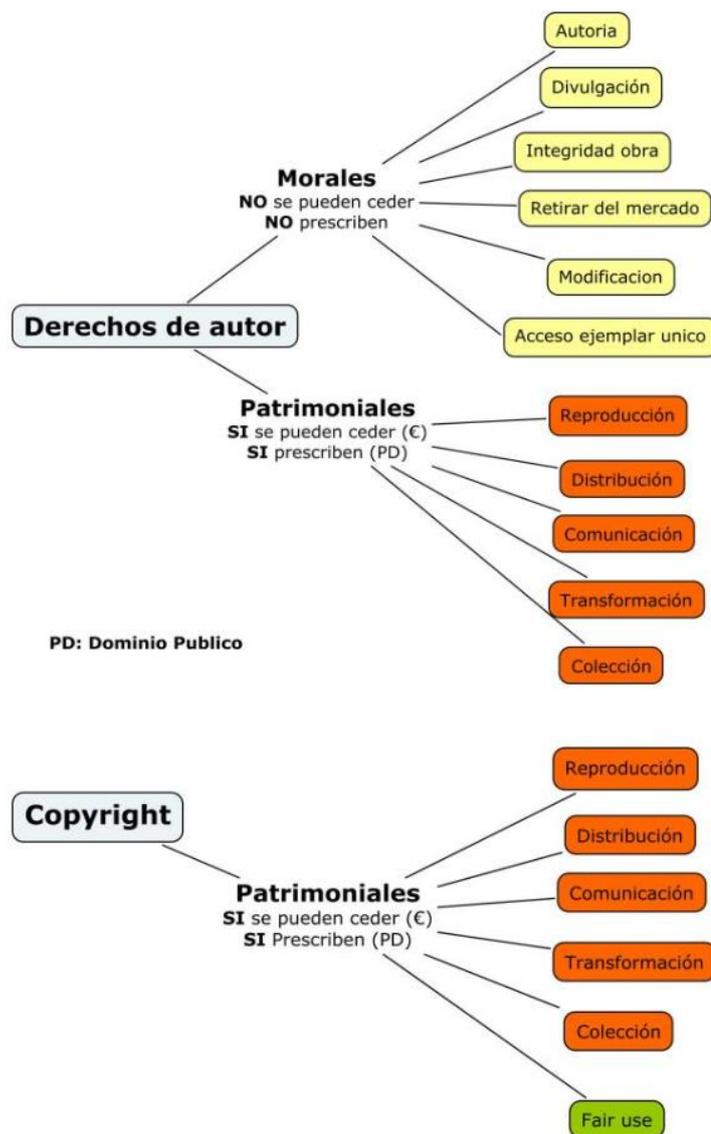
1.3.6.2.4.3 Estabilidad

Se considera estable si sus caracteres esenciales se mantienen sin alteración alguna por largas generaciones y al final de cada ciclo en particular de su forma de producción, multiplicación o propagación.

Se otorga un plazo de 20 a 25 años si son vides, arboles forestales, árboles frutales incluidos sus portainjertos, y 15 a 20 años para las demás especies que corre desde sus fecha de su otorgamiento y según lo determine la autoridad nacional competente (SICE, Régimen Común de Protección a los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales Decisión N°345 Art 24, 1997a).

1.3.6.3 Copyright

Termino semejante al derecho de autor y es la versión anglosajona, el término tiene que ver con actos fundamentales que en comparación a las creaciones literarias y artísticas solo podrán ser ejecutados por el autor o con su autorización. En particular se trata, específicamente, de la realización de ejemplares de la obras (WIPO, 2016f). El copyright y el derecho de autor acatan a una finalidad legal similar, pero son de sistemas jurídicos diferentes: (a) el derecho anglosajón o *Common Law* y (b) a la tradición del derecho continental europeo (Omatos Soria, 2018; Pabón Cadavid, 2009). En otras palabras, la finalidad de protección para el derecho de autor se constituye por la expresión de la personalidad del autor en la obra ofreciendo un carácter individualista, mientras la finalidad de protección en el Copyright se constituye principalmente a la normalización de la utilización de las obras (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011). Sin embargo, la diferencia más específica entre ambos términos recae en los derechos que se otorgan tales como (a) derechos morales y (b) derechos patrimoniales; en los derechos de autor se rigen por ambos derechos morales y patrimoniales y en el Copyright solo recae el derecho patrimonial (Omatos Soria, 2018).



Duraci4. Semejanzas y Diferencias de los Derechos de Autor y el Copyright.
 Obtenido de
http://legalidad.aomatos.com/propiedad_intelectual_derechos_de_autor_y_copyright.html

1.3.6.4 Derechos de la Propiedad Intelectual

El derecho de autor protege dos tipos de derechos, los morales y los patrimoniales. El primero otorga al autor o creador de una obra el derecho de resguardar y custodiar los vínculos que los unen a sus obras y el segundo otorga al autor o creador el derecho de

percibir retribución económica para que otros utilicen, reproduzcan y trasmitan sus obras (WIPO, 2016).

1.3.6.4.1 Derechos Patrimoniales

En todo tipo de propiedad, su titular tienen todo consentimiento en la explotación que se le dará a una obra, las retribuciones por su uso, reproducción y difusión; una tercera persona podrá solamente utilizarla bajo su debida autorización, concedida, con frecuencia, mediante una licencia (WIPO, 2016). El empleo de una obra en sí debe respetar los derechos reconocidos en la ley y el interés de los demás miembros de la sociedad. En resumen, un propietario de una creación intelectual de una obra protegida por derecho de autor puede decidir cómo utilizarla, asimismo, oponerse a que otros la divulguen sin su consentimiento. Por otro lado, existen ciertas legislaciones nacionales que le dan a terceros ciertos derechos exclusivos que le dan cierto poder de utilización de esas obras protegidas, siempre y cuando estén ligados a los derechos amparados en esa legislación y a los intereses de los demás (WIPO, 2016).

El titular de los derechos patrimoniales se distinguen en derechos exclusivos y de simple remuneración, el primero tiene la potestad de realizar, autorizar o prohibir con ciertas limitaciones y, el segundo faculta el cobro por ciertos usos de la obra, es ocurre cuando no precisa el consentimiento del autor (WIPO, 2016). A continuación se detalla ciertos derechos patrimoniales que el titular puede ejercer su creación intelectual (SICE, Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos Decisión N°351 Art 13, 1998b, s.p; WIPO, 2016f; p.10):

- a) La reproducción de la obra por cualquier o varias formas o procedimiento, como las publicaciones impresas y las grabaciones sonoras;
- b) La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;

- c) La interpretación o ejecución públicas de la obra;
- d) La radiodifusión o comunicación pública de la obra por otros medios al público sea esta difundida en palabras, en signos, en sonidos o en imágenes;
- e) La traducción de la obra a otros idiomas y la adaptación u arreglo de la obra, como en el caso de una novela adaptada para un guion;
- f) La importación al territorio de cualquier país miembro de copias hechas sin autorización del titular del derecho.

De esta forma otorga al autor una varias ventajas económicas para su obra, autorizando a terceros, normalmente a través de licencias, el empleo de la mismas; por otro lado, el titular puede ceder sus derecho patrimonial a un tercero permitiendo que se lucre con la obra, o podrá realizar cualquier transacción de retribución económica permitido por la ley. Finalmente, el derecho patrimonial se vuelve cesible y transferible, en cualquier momento, de forma parcial o total, puede renunciar a esos derechos (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006); y, para diferenciar el funcionamiento un derecho de autor de un Copyright es que en el primero admiten la explotación de la obra bajo cualquier medio o diseño, salvo excepción legal manuscrita; en el copyright es de carácter específico, solo se permiten ciertas formas de explotación tal como la ley las dicta (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011).

1.3.6.4.1.1 Características del derecho patrimonial

Existen 5 características principales que lo distinguen de los derechos morales y son (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006, p. 13):

1.3.6.4.1.1.1 Exclusivo

Solamente el titular puede autorizar su empleabilidad o explotación de su obra.

1.3.6.4.1.1.2 Transferible

Solamente el titular puede ceder a otros, sea esta parcial o total, de manera gratuita o costosa, su obra.

1.3.6.4.1.1.3 Renunciable

A diferencia de los derechos morales, el titular puede desertar de sus derechos económicos por su obra.

1.3.6.4.1.1.4 Independiente

Si un tercero quiere explotar una obra deberá obtener el consentimiento pleno del titular del derecho de autor.

1.3.6.4.1.1.5 De duración limitada

Según el régimen común sobre derecho de autor y derechos conexos del Ecuador en el Art 18, 19 y 20 (SICE, 1998) cita que la duración de la protección no será inferior a la vida del autor y cincuenta años después de su muerte; si la titularidad lo conforman personas jurídicas, el plazo no será inferior a cincuenta años que comienzan a partir de la fecha de emisión, divulgación o publicación de la obra. Si un país miembro quiere hacer uso de sus derechos para establecer un plazo, se deberá regir a lo estipulado en el convenio de Berna para la protección de Obras literarias y Artísticas, arrancando de la fecha de su realización divulgación o publicación de la obra. Finalmente, una vez terminado el plazo de protección, se contara a partir del primer día del primer mes del año siguiente a su muerte o al de la realización divulgación o publicación de la obra.

1.3.6.4.1.2 Facultades de los derechos patrimoniales

1.3.6.4.1.2.1 Derechos de reproducción, distribución, alquiler e importación

Este derecho fundamental tiene el poder de impedir que otros realicen copias de obras sin consentimiento del autor o creador. El derecho a controlar el acto de reproducción constituye la base legal de muchos estilos de explotación de las obras custodiadas, por ejemplo

la reproducción de libros por una editora o la fabricación de discos compactos de obras musicales por las diferentes casas discográficas (WIPO, 2016). Existen otros derechos que velan el derecho básico de control de la reproducción tales como: (a) el derecho a la distribución, (b) el derecho a autorizar el alquiler y (c) el derecho a controlar la importación. El derecho de reproducción tiene bajo retribución económico si el dueño del derecho de autor no pudiera manejar el reparto de los ejemplares bajo su consentimiento. Una característica del derecho de distribución es que “expira con la primera venta o cesión de la titularidad de un ejemplar específico en papel” (WIPO, 2016, p.11).

Es decir que cuando un titular de derecho de autor de un libro liquida o traspasa por otros medios la titularidad de un muestra de dicho libro, el nuevo dueño podrá obsequiar o revender dicho libro sin obtener nuevamente autorización del creador del derecho de autor. El arreglo del tratado de la OMPI sobre los derechos de autor en el entorno digital (WCT, en inglés) contempla el segundo derecho para las copias de ciertas categorías de obras, por ejemplo, las obras musicales de grabaciones sonoras, obras audiovisuales y programas informáticos, este derecho se volvió importante y de revisión gracias a los progresos tecnológicos porque muchas tiendas de alquiler abusaban produciendo varias copias sin la autorización del autor (WIPO, 2016). Finalmente, en algunas legislaciones se toma en cuenta el derecho a controlar la importación de ejemplares para impedir la violación del derecho de territorialidad del derecho del autor, dicho derecho se vuelve vulnerable cuando los intereses económicos de un titular de derecho de autor se veían amenazados cuando sus obras protegidas no podían reproducirse ni distribuirse en el territorio.

1.3.6.4.1.2.2 Derechos de interpretación y ejecución pública, radiodifusión y comunicación al público y de puesta a disposición publica

Se conoce en ciertos reglamentos como interpretación o ejecución públicas a: Toda interpretación o ejecución de una obra en un lugar en el que el público esté o pueda estar

presente, o en un lugar no abierto al público pero en el que se encuentre presente un número considerable de personas al margen del círculo familiar normal y gente allegada a la familia (WIPO, 2016, p. 12). Dicho de otra manera, cuando el creador de una obra expone al público su producto intelectual sea este lugar abierto o cerrado, con ciertos participantes sean estos cercanos a su círculo social y familiar. Con este derecho se autoriza al autor titular de una obra a consentir su interpretación o ejecución, por ejemplos, una obra teatral en un teatro o una orquesta sinfónica en una sala de conciertos; también esa interpretación o ejecución se la puede realizar a través de grabación (WIPO, 2016). Es decir que, dicha reproducción sonora o fonograma puede transmitirse y percibirse gracias a un sistema de amplificación tal como encontramos en los bares, discotecas, aerolíneas y asentamientos comerciales. Llamamos derecho de radiodifusión a la “transmisión, a los fines de su recepción por el público, de sonidos, o de imágenes y sonidos, por medios inalámbricos, ya sea por radio, tele visión o satélite” (WIPO, 2016, p.12).

Por otra lado, la comunicación al público es “la distribución de una señal por medios alámbricos o inalámbricos, que pueda ser recibida exclusivamente por personas que dispongan del equipo necesario para descodificar la señal” (WIPO, 2016, p.12). Es decir, que mientras la radiodifusión se enfoca de qué manera un objeto será transmitido, la comunicación pública son los diferentes canales por el cual será percibido ese objeto. Ciertos reglamentos que permiten la radiodifusión se ve afectado por determinadas eventualidades de una remuneración equitativa, aunque está presente en las ciertas legislaciones, este fenómeno no ha pasado varias veces. Sin embargos, estos derechos a pesar de ser beneficiosos han sido objeto también de debates, más aun cuando estamos navegamos en el mar de la tecnología, en particular, las tecnologías digitales que permiten las comunicaciones interactivas, permitiendo que los usuarios naveguen, escojan y descarguen obras en sus dispositivos digitales o en otros dispositivos (WIPO, 2016). Finalmente, el Art 8 del WTC explica que

esta actividad debe ser obligatoria mediante un derecho exclusivo que permita al público participante obtener la obra expuesta desde la comodidad de sus hogares y en el tiempo que desee; existen ciertos países que lo interpretan como un derecho de comunicación al público, y otros como derecho de distribución (WIPO, 2016).

1.3.6.4.1.2.3 Derechos de traducción y adaptación

Se entiende por traducción a “la expresión de una obra en otro idioma que el de la versión original” (WIPO, 2016, p.13). Por otro lado, se entiende por adaptación a “la modificación de una obra a los fines de crear otra” (WIPO, 2016, p.13). Para tener poder sobre estas actividades se debe tener total consentimiento del titular de los derechos, ya que las traducciones y adaptaciones ya forman parte del derecho de autor. Es decir que si queremos publicar una obra traducida o adaptada de una obra original se debe tener permiso tanto del titular y del derecho de autor. Sin embargo ha sido objeto de debate por los avances tecnológicos de la actualidad, porque los internautas pueden operar fácilmente cualquier texto, sonido o imágenes para diseñar nuevos contenidos generados por ellos; los debates se centran principalmente en lograr de alguna manera un equilibrio óptimo entre los derechos del autor para controlar y autorizar la moralidad y modificación de una obra; por otro lado, los derechos del usuario para que puedan modificarlas siempre y cuando formen parte del proceso normal de una obra en cualquier formato digital (WIPO, 2016).

1.3.6.4.2 Derechos Morales

Se consideran derechos personales, protegiendo al vínculo que se forma entre el autor y su obra. Tienen carácter vitalicio, intransferible, inembargable e irrenunciable, es decir no pueden ser vendidos, renunciar ni entregados a nadie (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006; WIPO Magazine, 2018b). Tanto los derechos patrimoniales como los morales se llevan a cabo bajo vías legales, si se violan puede ocasionar varios problemas tal como una indemnización por perjuicios. Es muy importante que para conservar la una obra inédita no se

debe divulgarla de ese modo impedirá el reconocimiento de la misma por otros. En resumen, los derechos morales no otorgan ningún beneficio económico sino ofrecen una estructura básica fundamental para que los derechos patrimoniales marchen de la mejor manera (WIPO Magazine, 2018). Caso contrario ocurre en el Copyright porque hay dos tendencias que se pueden aplicar:

- (a) omitir cualquier referencia sobre ellos en la ley correspondiente, entregando a los tribunales de justicia su aplicación y protección; y, (b) el reconocimiento expreso en la ley de los derechos morales básicos, de paternidad e integridad, no obstante, consintiendo generalmente su renunciabilidad (Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile, 2011, p.6).

Según el artículo 6bis del Convenio de Berna pacta que es obligación de todos los estados suscritos de otorgar las siguientes facultades al autor de una obra: (a) derecho a la paternidad o de atribución, (b) derecho a la integridad, (c) derecho a cesar la obra o al arrepentimiento, (d) derecho a custodiar la obra original y (e) derecho a enmendarla (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006; SICE, Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos Decisión N°351 Art 11, 1998b; WIPOf, 2016). Los derechos morales se otorgan exclusivamente a los creadores y por lo tanto se resguardan incluso cuando el titular haya concedido sus derechos patrimoniales, por ejemplo, si un productor cinematográfico aunque sea el titular de los derechos patrimoniales de un filme, en la mayoría de jurisdicciones el creador original sigue manteniendo los derechos morales a título individual (WIPOf, 2016).

Así como los derechos patrimoniales, existen un plazo para proteger una obra protegida de derecho moral, según el régimen común sobre derecho de autor y derechos conexos del Ecuador en el Art 18, 19 y 20 (SICE, 1998) cita que la duración de la protección

no será inferior a la vida del autor y cincuenta años después de su muerte; si la titularidad lo conforman personas jurídicas, el plazo no será inferior a cincuenta años que comienzan a partir de la fecha de emisión, divulgación o publicación de la obra. Si un país miembro quiere hacer uso de sus derechos para establecer un plazo, se deberá regir a lo estipulado en el convenio de Berna para la protección de Obras literarias y Artísticas, arrancando de la fecha de su realización divulgación o publicación de la obra. Finalmente, una vez terminado el plazo de protección, se contara a partir del primer día del primer mes del año siguiente a su muerte o al de la realización divulgación o publicación de la obra y Una vez extinguido el derecho patrimonial, el Estado u otras instituciones designadas, asumirán la defensa de la paternidad del autor y de la integridad de su obra.

1.3.6.4.2.1 Facultades de los derechos morales

1.3.6.4.2.1.1 Derecho a la paternidad

Es el privilegio de un titular a que se reconozca su obra como legítima y a fusionar o no su nombre a ella (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006).

1.3.6.4.2.1.2 Derecho a la Integridad

Es el derecho de oponerse a cualquier modificación u otra alteración de la obra o cualquier atentado a la misma que sea perjudicial a sus honor o a su reputación (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006).

1.3.6.4.2.1.3 Derecho al arrepentimiento y al cesamiento

El derecho a retirar de circulación o para cualquier uso por parte del titular de la obra, quizás por cambio su perspectivas porque la obra no refleja su o sus conceptos intelectuales o artísticos (ej. modificar o utilizar de otra manera un producto, un proceso o una pintura) (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006).

1.3.6.4.2.1.4 *Derecho a conservar la obra inédita*

El derecho de no divulgar una obra en sí o de impedir el conocimiento de la misma a terceros (Martínez Gómez y Robayo-Cruz, 2006).

1.3.6.4.2.1.5 *Derecho a la modificación*

Es el derecho a transformar una obra en sí cuando ya fue expuesta a público; por ejemplo, el editor puede exigir al autor de dicha obra reconocer los perjuicios causados que con la cambio se generaron (Martínez Gómez & Robayo-Cruz, 2006).



5. Facultades de los derechos patrimoniales y morales. Obtenido de <https://marianaeguaras.com/derechos-de-autor-diferencia-entre-morales-y-economicos/>

En resumen, las áreas mencionadas como obras literarias, artísticas y científicas pertenecen a la rama de derechos de autor de la propiedad intelectual; las áreas mencionadas como actuaciones de artistas intérpretes o ejecutantes, fonogramas y transmisiones generalmente se denominan "derechos relacionados o conexos", es decir, aquellos derechos relacionados con los derechos de autor y las áreas mencionadas como invenciones, diseños industriales, marcas comerciales, marcas de servicios y nombres y designaciones comerciales constituyen la rama de propiedad industrial de la propiedad intelectual. Para cualquier tipo de propiedad existen derechos que prometen custodiar de manera efectiva cualquier intelecto del ser humano, para un propietario de un derecho patrimonial (susceptibles de reproducción, distribución, comunicación pública, transformación y valor económico) y de derecho moral (paternidad, integridad, divulgación) de P.I, existe un objetivo beneficioso que le permite que la sociedad reconozca su innovación mediante el otorgamiento de un periodo de exclusividad donde, exclusivamente él, o a quién se designe, tenga la capacidad de usar o explotar su invención (Omatos Soria, 2012; OMPI, 2004). Del modo que, socialmente y económicamente, un sistema de protección de derechos de propiedad intelectual hace que cuando se genere un conocimiento, idea o innovación se convierta, por lo general, en una actividad rentable que promueve el empleo y la distribución de riquezas. Finalmente, a pesar de estas diferencias entre el sistema del *common law* y el sistema jurídico romanista, los derechos morales y patrimoniales son las dos caras de la misma moneda del derecho de autor (WIPO Magazine, 2018).

Por un lado, los derechos patrimoniales son, sin duda alguna, el motor de sistema de derecho de autor e industrial que garantiza la retribución al autor y que este pueda vivir de su trabajo; del modo que constituye, un incentivo para que el creador invierta su tiempo, energías y talento en enriquecer el patrimonio cultural, la competitividad y la innovación. Por otro lado, los derechos morales son la estructura básica necesaria para que los derechos

patrimoniales funcionen. Ejemplo, Imaginémonos un sistema de derecho de autor que permita a los artistas componer canciones adoradas por el público, pero que otra persona se apropie de ellas, asegurando su autoría de forma fraudulenta; o citando otro ejemplo, en el mundo del arte, una pintura donde alguien rediseñe sin el consentimiento del autor. Además de la injusticia de no ser reconocido como el autor de algo que uno ha creado, ¿cuál es el incentivo para crear, si otros pueden simplemente aprovecharse de la obra, obtener un beneficio y dejar sin nada al autor? (WIPO Magazine, 2018). Es por eso tal como Kelvin King (2003) cita “la valoración es una amalgama del concepto económico de valor y el concepto jurídico de propiedad” (s.p.)

MARCO REFERENCIAL

La Propiedad Intelectual se divide en dos categorías: (a) Derecho de Autor / Copyright y (b) Propiedad Industrial. A medida que se desarrollan nuevas tecnologías que incorporan el conocimiento, un mayor número de disciplinas y de actividades económicas, artísticas y de entretenimiento, enriquecen el concepto de Propiedad Intelectual; asimismo, se suman un conjunto de derechos muy diversos, aunque no necesariamente se relacionen con la creatividad o en otros casos sólo se proteja una determinada integración económica (CEIDIE, 2006; Díaz-Rönnner y Folguera, 2017). A continuación citaremos diversas investigaciones que abarcan el contexto de este estudio:

Como primer ejemplo tenemos el caso del investigador Mansfield (1986), como pionero en estudiar la utilización de las patentes, realizó un estudio donde destacó, bajo una investigación empírica basada en una muestra aleatoria de 100 empresas manufactureras de los Estados Unidos, la importancia de un sistema de patentes en la tasa de innovación. De esa manera, con objetivos presento nuevos hallazgos relacionados con cada una de estas preguntas, la primera ¿Hasta qué punto disminuiría la tasa de desarrollo e introducción de invenciones en ausencia de protección de patente?, y la segunda, ¿En qué medida las

empresas hacen uso del sistema de patentes y qué diferencias existen entre las empresas y las industrias y con el tiempo en la propensión a patentar? La metodología aplicada en el estudio fue a base de una investigación detallada de una muestra de empresas, se eligieron 100 empresas de doce industrias (excluyendo empresas muy pequeñas) en los Estados Unidos. De cada empresa, se obtuvo una estimación de la proporción de sus invenciones desarrolladas en 1981-83 que no se hubieran desarrollado si no se hubiera obtenido la protección de la patente, también, se obtuvo una estimación de la proporción de las invenciones de la empresa introducidas comercialmente en 1981-83 que no se habrían introducido comercialmente si no hubiera obtenido la protección de la patente. Como resultados, en la mayoría de las industrias incluidas hubo una correlación positiva entre el tamaño de una empresa y el porcentaje de sus invenciones patentables; las firmas muy grandes aparentemente tendían a ser incluso más convencidas que sus rivales más pequeños, señalando que valía la pena protegerlas. Finalmente, a pesar de las frecuentes afirmaciones de que las empresas están haciendo menos uso del sistema de patentes que en el pasado, la evidencia no parecía confirmar esto; Si bien las firmas no informaron ninguna tendencia, fue la primera evidencia sistemática sobre la medida en que la reducción de la patente calificada durante la década de 1970 se debió a un cambio de las patentes y hacia los secretos comerciales y otras formas de protección.

Por otro lado, los autores Chudnovsky, López y Pupato, realizaron una investigación en el 2006, cuyo propósito principal fue llenar una brecha utilizando datos de dos encuestas de innovación (INDEC-SECYT, 1998 y INDEC-SECYTCEPAL, 2003) que describen el comportamiento tecnológico y el rendimiento de empresas manufactureras argentinas durante un período de 10 años, de 1992 hasta 2001. Hablando de la metodología, según estos resultados, se creó una serie de cuestiones relevantes que surgen de la experiencia con Argentina, bajo el modelo CDM (acrónimo utilizado de los autores Crépon, Duguet and

Mairesse) y datos de la encuestas de la comunidad de innovación (CIS, en inglés) se analizó las actividades de innovación y el rendimiento de empresas manufactureras argentinas durante 1992 al 2001; más aún, el análisis econométrico fue basado en un panel de 718 empresas.

Según el análisis final fue que, a pesar de los bajos gastos en I + D en la industrias manufactureras de Argentina, las empresas consideran que las actividades de I + D son parte de sus rutinas y un activo valioso que se puede conservar incluso en los malos tiempos. Los resultados mostraron que estas empresas lo hacen por buenas razones microeconómicas, ya que la I + D contribuye a convertirse un valor “innovador” y, por lo tanto, provee los niveles de productividad más altos que los competidores que no innovan. Además, es muy importante tener en cuenta que los esfuerzos continuos de I + D tienen un impacto considerablemente mayor en la probabilidad de tener un producto innovador (en particular, en lo que respecta a las innovaciones de productos y procesos) en comparación con los gastos discontinuos. Por lo tanto, la interrupción de las actividades internas de I + D tendría una influencia negativa en los resultados de esas actividades. Finalmente, este hallazgo nos recuerda la importancia de considerar que las empresas también aprenden a innovar y que este aprendizaje debe ser un proceso continuo para que sea efectivo.

Otro ejemplo, el autor Jianming Tang (2006) realizó un estudio en el mismo año donde intentó estudiar empíricamente la asociación del comportamiento de la innovación con diferentes tipos de competencias, con un enfoque en las innovaciones tecnológicas. En su estudio, la población objetivo para la encuesta fueron las empresas provinciales del sector manufacturero; afín de reducir la carga de respuesta en las pequeñas empresas, solo las empresas con al menos 20 empleados y un ingreso anual de negocios de al menos \$ 250,000 se consideraron en la selección de la muestra. Con este análisis, la población total se compuso por 8921 empresas manufactureras, y la muestra final para el análisis contuvo datos

sobre 5451 empresas incluidas en la muestra, lo que representa una subpoblación de 8916 empresas de manufactura; en total 21 industrias (empresas) en el nivel NAICS abarcaron el estudio. Para la medición, utilizando un modelo *logit* multinomial se evaluaron dos entradas; la primera, la estimación hace retroceder las probabilidades de que una firma realice los resultados de la innovación en dos variables: I +D y adquisición de tecnología, y en la segunda estimación, tres variables relacionadas con las dos entradas de innovación se excluyen mutuamente: solo I + D, solo adquisición, y ambas.

Los resultados econométricos finales mostraron que: (a) la fácil sustitución del producto está correlacionada negativamente con las actividades de innovación, especialmente la I + D o la innovación de productos; (b) la llegada constante de productos de la competencia está asociada positivamente con la I + D o la innovación de productos; (c) la rápida obsolescencia del producto se relaciona positivamente con la I + D o la innovación de productos, y se relaciona negativamente con la adquisición de tecnología o innovación de procesos; (d) El cambio rápido de las tecnologías de producción se relaciona de manera positiva y fuerte con las actividades de innovación, especialmente la adquisición de tecnología o la innovación de procesos. Finalmente, además, la evidencia mostro que, si bien las pequeñas empresas son tan eficientes como las grandes empresas para convertir los insumos de innovación en resultados de innovación, es más probable que las grandes empresas realicen aportes de innovación y se involucren en procesos de innovación.

Por otro lado, los autores Forero-Pineda, Laureiro-Martínez y Marín en el 2011 enfocaron su estudio en dos cuestiones empíricas: (a) qué patrones de comportamiento frente a la propiedad intelectual coexisten entre las pequeñas y medianas empresas de un país en desarrollo como Colombia y (b) cómo se relacionan estos patrones con el desempeño innovador de las firmas. Para este estudio se investigó y analizó un grupo relativamente grande de 27 variables relacionadas con la innovación, la imitación y la propiedad intelectual.

Después de una exploración preliminar de posibles patrones, se seleccionaron tres de estas variables, relacionadas con la propiedad intelectual y la innovación: (a) propiedad de patentes (b) imitación y adaptación de modelos o diseños encontrados en mercados nacionales y (c) la medición del RD y D. Estas variables fueron apropiadas para el análisis de las diversas formas de innovación en las PYMES de un país en desarrollo. Las pymes de la muestra se agruparon en grupos, según su combinación de estas tres variables. Además, el análisis de conglomerados se aplicó para identificar patrones de fuentes combinadas de innovación y para determinar si existen diferentes patrones de innovación entre los pequeños colombianos. Como resultados, el grupo de PyMEs que poseían patentes tuvieron una tasa significativamente más baja de productos nuevos introducidos en el mercado por año que las grandes empresas en el país, a través del llamado "efecto de reemplazo" donde las patentes eximen a sus propietarios de la necesidad de seguir un proceso continuo de innovación. Los propietarios de patentes confían en el monopolio que les otorga el sistema de patentes, mientras que los otros tres grupos de pymes identificados en el análisis operan en un entorno de competencia. Las empresas más innovadoras operan en un entorno competitivo donde los mercados no están protegidos y gracias a sus innovaciones protegidas han podido sobrevivir.

Según los investigadores Rylková y Chobotová (2014) en su trabajo "*Protection of intellectual property as a means of evaluating innovation performance*", se resaltó que la innovación y la actividad de patentes y su medición son un requisito previo para el desarrollo de las empresas. Para el análisis se tomó una muestra de 206 empresas en la República Checa y se realizó una encuesta. Utilizando el programa SPSS 11.5 se evaluó la encuesta; los resultados se lograron con tres métodos: Matriz de componentes rotados (carga factorial después de la rotación, ordenada por tamaño), Comunidades (parte de la variabilidad explicada por factores comunes de variables) Matriz de correlación (dependencia mutua de dos preguntas) desde los periodos 2007-2010 y 2008 -2011. Como resultados, se argumentó

que la perspectiva de innovación adoptada por una organización delinearía las medidas ideales de innovación. Las organizaciones requieren medios no solo para medir sus resultados innovadores sino también para evaluar su capacidad para innovar; esta medición ayuda a comprender y evaluar mejor las consecuencias de las iniciativas orientadas hacia la innovación. Finalmente, el desempeño innovador y la actividad de patentes pueden influir en la velocidad de la adaptabilidad de la empresa a los competidores y puede influir en el desarrollo de la empresa; la atención debe centrarse en las actividades de innovación si la empresa quiere ser competitiva. Como recomendaciones para trabajos futuros, los autores argumentan que la medición del desempeño dentro de la innovación debe incluir resultados medibles, costo equilibrado del capital, debe incluir criterios tanto cualitativos como cuantitativos, es necesario monitorear la innovación realizada, el éxito de la innovación, el tiempo de innovación, las patentes adquiridas y los indicadores económicos basados en la primaria y la investigación secundaria.

Por otro lado, Sukarmijan y De la Vega-Sapong (2014) analizan la importancia de la P.I. para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), el desarrollo de productos específicamente en productos agrícolas y analizan cómo la propiedad intelectual puede convertirse en una herramienta económica y cuáles son los desafíos que enfrentan las PyMEs en la implementación del sistema de propiedad intelectual. Como resultados destacaron que es necesario fortalecer la interacción entre las oficinas de propiedad intelectual, las instituciones de apoyo a las PYME, las asociaciones empresariales, los gobiernos nacionales, regionales y locales y otras instituciones pertinentes con miras a identificar mejor las necesidades de P.I. de los empresarios y las PYME y las barreras para un uso más eficaz del sistema de propiedad intelectual por parte de empresarios y pymes, incluidas no solo las patentes sino también las marcas comerciales, las indicaciones geográficas, los diseños industriales y los modelos de utilidad, secretos comerciales, derechos de autor y derechos

afines, nuevas variedades de plantas, bases de datos no originales y aspectos relevantes de la ley de competencia desleal, entre empresarios y asesores de negocios dentro de instituciones públicas y privadas de apoyo a las PyMEs. Como recomendaciones, ellos argumentaron que hay otras áreas de la política que pueden ser útiles como (a) estudiar las iniciativas de apoyo que buscan facilitar el proceso de solicitud y reducir los costos de transacción para los empresarios y las PYMES para utilizar el sistema de PI, y (b) estudiar el impacto de la introducción de procedimientos para la concesión acelerada de los derechos de P.I. y de las tasas de solicitud más bajas o con descuento para empresarios o PYME en general.

Y por último lugar, la investigación de los autores Distanont y Khongmalai (2018), tenía como objetivo estudiar los factores de innovación que llevaron a la creación de ventajas competitivas en la industria de alimentos congelados a nivel de PYME. El proceso de investigación constó de tres partes: 1) un estudio de literatura; 2) un estudio de investigación empírica utilizando cuestionarios como herramienta de recolección de datos; y 3) un análisis y conclusión de los resultados de la investigación mediante el análisis factorial exploratorio (EFA), el análisis factorial confirmatorio (CFA) y el modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que los factores externos que conducen a la innovación vienen en dos formas. En el nivel micro, hay una orientación de mercado, que consiste en clientes, proveedores y la industria, y en el nivel macro está el contexto internacional, que consiste en regulaciones y apoyo nacional. Los resultados de la investigación mostraron que los líderes de las PYMES deben adaptarse y estar preparados para enfrentar los cambios económicos que se producen a nivel mundial, regional y local. Además, necesitan adaptarse a estos cambios. La innovación es un arma importante que se puede utilizar para mejorar y fortalecer una empresa, de modo que pueda crear ventajas competitivas iguales o mayores que las de empresas extranjeras y, de ese modo, lograr un desarrollo económico sostenible. Y finalmente, recomiendan que se deba realizar un estudio comparativo entre las compañías de

alimentos congelados a pequeña y gran escala para desarrollar una comprensión profunda de la conformidad, la similitud y el contraste del desarrollo empresarial a diferentes niveles. Dicho estudio mejoraría la comprensión de la imagen total a fondo y podría utilizarse para allanar el camino para el desarrollo de la industria de alimentos congelados en Tailandia.

PROPUESTA TEÓRICA

Gracias a la revisión de la literatura y tomando en cuenta el objetivo de la investigación, se ha diseñado una estructura teórica del cual se propone que la protección de los derechos de propiedad intelectual (DPI) tienen una incidencia o causa indirecta en la competitividad a través de la innovación. En otras palabras, se tratará de explicar que para existan competitividad se deben protejan los activos intangibles bajo un derecho de propiedad intelectual siempre y cuando fomenten la innovación, de modo que permitirá crear un escenario competitivo para el sector empresarial ecuatoriano (unidad de estudio) en el mercado internacional, específicamente en la Unión Europea.



6. Relación indirecta de los derechos de propiedad intelectual y la competitividad, a través de la innovación. Elaborado por autor.

1.3.7 Los derechos de Propiedad Intelectual

La definición de los derechos de propiedad intelectual ha sido ajustada con el transcurso de los tiempos, y se ha ido estructurando su concepto según varios aspectos e diversas influencias (tales como la globalización, era tecno-científica, economía del conocimiento, convenios, etc.). Una propiedad intelectual se refiere a cualquier creación o invención del intelecto humano sea esté de derechos de autor (artística, literaria, técnica o científica), y asimismo, industrial (símbolos, nombres e imágenes usadas para el comercio) (Mersha y Hadush, 2012; Saha y Bhattacharya, 2011; OMPI, 2004). Esos tipos de propiedad intelectual se han caracterizado como “partes o fracciones de información o conocimiento” que pueden incorporarse en objetos tangibles y que al final serán reproducidos en un número ilimitado de copias en diferentes momentos y diferentes lugares del mundo (Mersha & Hadush, 2012; WIPO, 2008b; WIPO, 2017d). Es decir, la propiedad intelectual son de cualidad intangible (ideas), diferentes del cuerpo en los que están incorporado; por lo tanto, el DPI no está en esas copias sino en la “creación intelectual” que se crea en ellas. Los derechos nacen con el objetivo de proteger, custodiar o tutelar algo en común, específicamente, las invenciones o innovaciones. Dicho esto, los derechos de propiedad intelectual se otorgan al proceso intangible (conocimiento, creación intelectual) de los individuos y de las empresas en el que se pueda encarnar a un objeto físico, sean estos de carácter industrial, científico, literario y artístico (Mersha y Hadush, 2012; Saha y Bhattacharya, 2011; WIPO, 2008b).

En un sentido detallado y concreto, los derechos de propiedad intelectual se pueden definir como un conjunto de derechos que tiene una persona o un empresa sobre su obra o creación inédita, de tipo artístico, literario, técnico o científico o industrial (Bermuda, 2009; OECD, 2005b; Omatos Soria, 2018). Estos derechos legales son otorgados al inventor o creador para proteger su invención/creación; asimismo, les confieren un derecho exclusivo de utilizar completamente su invención o creación por un periodo limitado sin la preocupación

de la competencia (Business Dictionary, 2018; Dubái Customs, 2018; Núñez Montenegro, 2014). En efecto, lo que garantiza el DPI, en general, es la custodia por las inversiones en tiempo, dinero y esfuerzo, de un inventor y otros productores de bienes y servicios intelectuales, otorgándole derecho exclusivo y limitado en el tiempo sobre sus ideas innovadoras para su explotación, divulgación, reproducción y difusión (Business Dictionary,

2018; WIPO, 2008b). Una de las características es que los derechos de propiedad intelectual, por su propia naturaleza, son de carácter territorial o nacional; es decir que, todo derecho es regulado por las leyes de un país y su protección se ejecutará dentro de sus fronteras. Además, son objeto de ciertas limitaciones o plazos como el caso del derecho de autor y las patentes (WIPO, 2017d). La propiedad intelectual está protegida por ley (sea patentes, derechos de autor, marcas comerciales) que permiten a las personas obtener reconocimiento o beneficios económicos de lo que inventan o crean (Business Dictionary, 2018; Dubái Customs, 2018); asimismo, evitan que otros exploten, traten o manipulen su obra sin su consentimiento, caso contrario, podrá demandarlos legalmente y obligarlos a detener su producción y a compensar cualquier daño (Dubai Customs, 2018). Finalmente, los derechos de propiedad intelectual ayudan de esta manera al desarrollo económico de un país, al promover una competencia saludable y al desarrollo industrial y económico (Business Dictionary, 2018; Saha y Bhattacharya, 2011; Omatos Soria, 2018; WTO, 2018) y ejercer un poder de monopolio sobre el uso de su obra, que pueden ser compensados por los beneficios sociales de la actividad creativa, y animados por las ganancias económicas del mismo (OECD, 2005b).

Finalmente, hay dos razones fundamentales para que los países promulguen leyes de protección a la propiedad intelectual, la primera para proteger o dar expresión legal a los derechos morales y económicos de los autores con respecto a sus invenciones y los derechos del público para obtener acceso a ellas, y la segunda razón para fomentar la innovación, la

difusión y la aplicación de los resultados de la misma; asimismo como, promover prácticas comerciales legales y justas que ayuden al desarrollo económico y social de un país (Fundación COTEC, 2001; WIPO, 2008b; WIPO, 2017d).

1.3.8 Relación entre los derechos de Propiedad Intelectual y la innovación

Todo parte de la teoría de Joseph Schumpeter (1912a) que define innovación como la mejora de un nuevo producto o proceso y su lanzamiento al mercado por parte de la empresa, asimismo, describe el lanzamiento de un nuevo modo de producción, el comienzo del mercado, al acceso a nuevas fuentes de suministros y el establecimiento de un nuevo sistema en un mercado. Cuando se habla de innovación dos aspectos se resaltan la novedad y su aplicación, por ese motivo una invención o pensamiento creativo no se transforma en innovación hasta que no cumplan una función o satisfaga una carencia en específica o proporcione un servicio social, por ejemplo, un nuevo proceso, un nuevo avance científico o tecnológico, etc. (Fundación COTEC, 2001; Jordán Sánchez, 2011).

El objetivo de la innovación es crear valor a través de la implementación de soluciones comerciales viables para las necesidades, deseos, desafíos, problemas u oportunidades de negocios del cliente que están abiertas a la explotación; es por ese motivo que junto al principal objetivo de los DPI se deben proteger los inventos y las innovaciones, entonces la pregunta ahora que se formula es ¿los derechos de propiedad intelectual promueven la innovación?, a pesar de que la respuesta sea positiva o negativa, su respuesta debe abarcar un análisis perspicaz (Racherla. 2016). Hay que tomar en cuenta también que no todo los inventos llevan a innovaciones; es poco probable que las invenciones realizadas sin ningún entendimiento lucrativo sean de interés comercial. Naturalmente, los derechos de propiedad intelectual que protegen tales invenciones de poco o ningún interés comercial no promueven la innovación. Sin embargo, los DPI de este tipo aún podrían crear un flujo

alternativo de ingresos para la empresa a través de licencias o la venta de ellas, siempre que la empresa sepa cómo administrar sus activos intelectuales de manera efectiva (Racherla, 2016).

Por otro lado, los inventos con un fuerte enfoque empresarial tienen una probabilidad mucho mayor de llevar a innovaciones exitosas; los derechos de propiedad intelectual que protegen tales invenciones e innovaciones se convierten en parte de las firmas de capital intelectual, brindando productos o servicios únicos, contribuyendo al crecimiento protegido y la ventaja competitiva, y atrayendo la atención de inversionistas y accionistas (Racherla, 2016). Su aplicación supone un cambio microeconómico, empero en la realidad también tiene componente macros porque los cambios o mejoras creadas por la empresas no son individuales sino globales porque es fundamental la difusión de esa innovación (Fundación COTEC, 2001). Por eso motivo debemos conocer y distinguir tres momentos importantes en todo proceso de cambio (a) Invención, (b) Innovación y (c) difusión.

1.3.8.1 Innovación, Invención y la difusión

Existen muchas aproximaciones en torno a innovación que muchas veces se la confunden con la invención (Jordán Sánchez, 2011). La innovación es refiere a la distribución de ideas novedosas del resultado del proceso combinatorio y asociativo de información y al cambio que genera, mientras que la invención no tiene que estar relacionada de forma directa con la comercialización sino de la resolución de un problema técnico concreto (Johnston y Bate, 2003; Jordán Sánchez, 2011; Rogers, 1998a; WIPO Magazine, 2005a). Es decir, llamamos invención o invento a la idea nueva u original (plasmado en un objeto novedoso) que sin la debida generación de cambio en la sociedad (por su utilidad y cubrimiento total de una necesidad) no puede convertirse en innovación; un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa que genera beneficios comerciales. Existe una versión inglesa de la definición de innovación pero está más enfocada a la aplicación exitosa, es decir que la invención sea utilizada por la sociedad y genera cambio en la misma

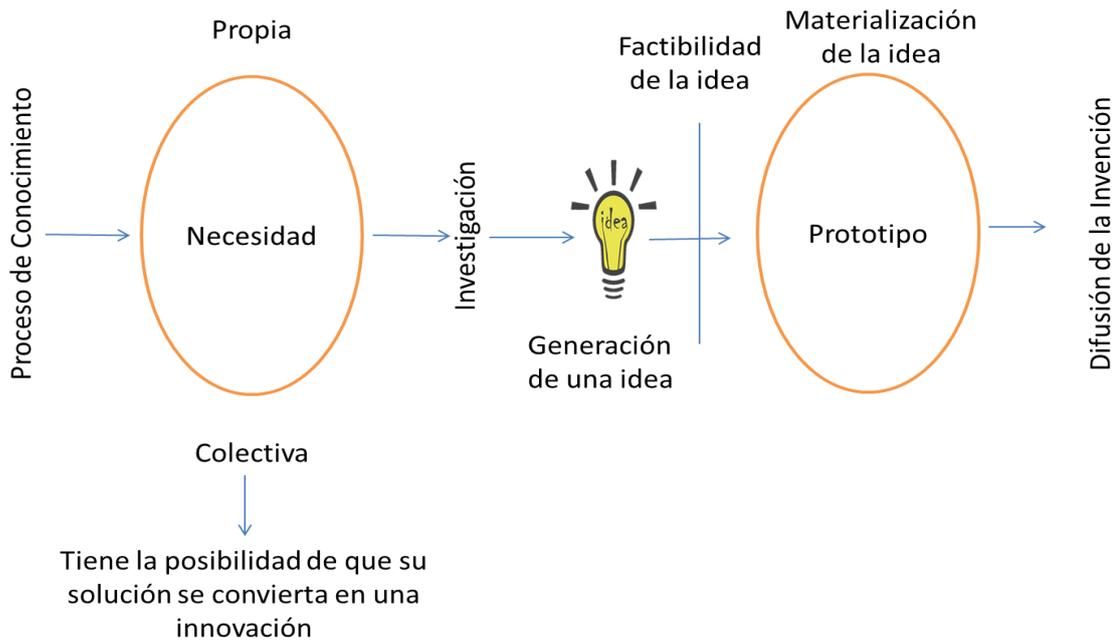
sin prestar mucha atención al éxito comercial (Jordán Sánchez, 2011). Los autores Herskovits, Grijalbo y Tafur (2013) declaran que la innovación es "el elemento más importante para alimentar la ventaja competitiva y la creación de valor final de las empresas" (p.631). Al mismo tiempo, especialmente para evitar la pérdida no intencionada de conocimientos, tales colaboraciones pueden requerir una protección del conocimiento a través de la propiedad intelectual (IP) para que las empresas puedan beneficiarse de estas colaboraciones (Bogers, Bekkers y Granstrand, 2012).

Al establecer un equilibrio adecuado entre los intereses de los innovadores y el interés público en general, el sistema de P.I. puede lograr a fomentar un entorno en el que la creatividad y la innovación puedan prosperar. Si se produce más innovación, existe una mayor probabilidad de que una parte de ella se convierta en productos novedosos y en crecimiento económico (Pratt, 2008). Para corroborar lo que dice Pratt (2008), los autores Sukarmijan y De la Vega-Sapong (2014) analizaron la importancia de la P.I de las PyMEs del sector agrícola para inferir como la P.I puede convertirse en una herramienta económica y cuáles son los desafíos que enfrentan las PyMEs en la implementación del sistema de propiedad intelectual. Como resultados del análisis descriptivo y exploratorio, destaco que es importante fortalecer la interacción entre las oficinas de propiedad intelectual, las instituciones de apoyo a las PYME, las asociaciones empresariales, los gobiernos nacionales, regionales y locales y otras instituciones pertinentes con miras a identificar mejor las necesidades de P.I. de los empresarios y las PYME y las barreras para un uso más eficaz del sistema de propiedad intelectual por parte de empresarios y pymes, incluidas no solo las patentes sino también las marcas comerciales, las indicaciones geográficas, los diseños industriales y los modelos de utilidad, secretos comerciales, derechos de autor y derechos afines, nuevas variedades de plantas, bases de datos no originales y aspectos relevantes de la

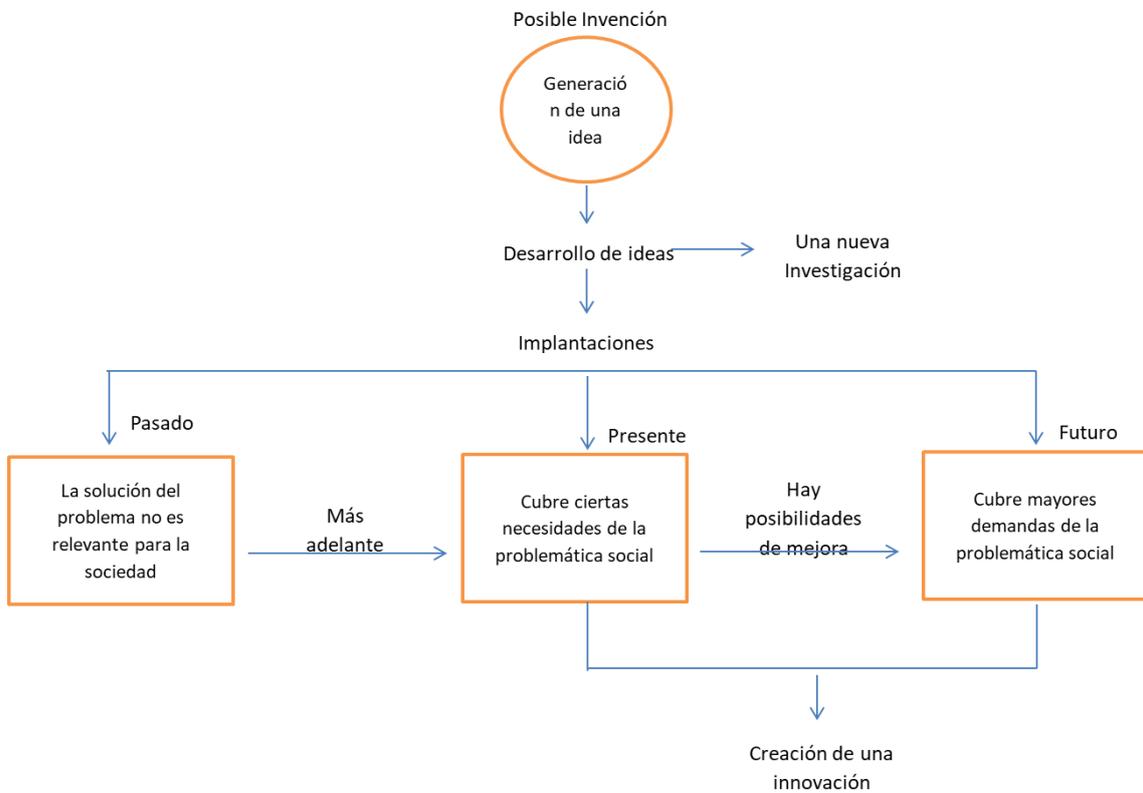
ley de competencia desleal, entre empresarios y asesores de negocios dentro de instituciones públicas y privadas de apoyo a las PyMEs.

Por lo tanto, innovar es desarrollar algo nuevo y ponerla en práctica para mejorar un producto, un proceso o un servicio (WIPO, 2019i; Kalanje, 2019). En un entorno empresarial cuyo motor es el mercado, se entenderá por innovación al proceso evolutivo de un producto desde la idea hasta el lanzamiento o introducción de un producto al mercado (Kalanje, 2019). La innovación puede verse como un “proceso interactivo y de retroalimentación” (WIPO Magazine, 2005 a, s.p) que va tomando forma por las diferentes etapas del desarrollo de un producto. Como mencionamos anteriormente, no todas las innovaciones son comercializadas ni todas las invenciones son o terminan en innovación; a lo largo de la vida cotidiana surgen ideas pero no todas logran ver la luz al final del camino, sino que tienen una muerte eremita (WIPO Magazine, 2005a). Finalmente, después que cualquier innovación sea de tipo industrial o derecho de autor, sea útil y satisfaga o cubra totalmente la problemática social, se debe divulgar al mercado, dado a conocer a la sociedad el beneficio del mismo; es en este paso, que el país “prueba” , “prueba a ver si funciona” la utilidad de la innovación (Fundación COTEC, 2001).

Por concluir, el progreso económico de la empresa, país o una sociedad dependerá como se trate estas tres actividades, independientemente del tipo de organización, de sociedad, del tipo de recursos y habilidades porque la innovación exige más recursos que la invención, tampoco no se exige que el inventor cree anticipadamente una invención sino que también se pueda tomar la obsoleta y adaptar al nuevo. Y finalmente, la difusión se vuelva más crítica que la innovación porque se espera que la sociedad reciba la utilidad de esta siempre y cuando tenga efectos positivos en la economía moderna (Fundación COTEC, 2001). En las figuras 7 y 8 podemos observar el proceso y las etapas del proceso desde la concepción de la idea (invención) hasta convertirse en innovación.



8. Proceso de la Invencción. Obtenido de <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5320/1/33-1.pdf>



7. Etapas de la generación de innovación. Obtenido de <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5320/1/33-1.pdf>

1.3.8.2 Tipos de innovación

Las empresas adaptan diferentes formas de innovación a fin de mejorar la calidad en los productos y servicios, reducir costes, ofrecer nuevo portafolio de productos y servicios al consumidor o entrar vertiginosamente al mercado (Fundación COTEC, 2001). Existen varios tipos de innovaciones que dependen muchos de los diferentes enfoques dado por esos autores, por ejemplo, uno de los pioneros en estudiar la innovación fue de Schumpeter en 1934 (Croitoru, 2012; Jordán Sánchez, 2011) quien la definió como el propulsor del progreso económico, y clasifico cinco 5 tipos de innovación diferenciándose de la investigación de (Porter, 1998) quien solo considero tres tipo de innovaciones de los literales a, b y d; entre los tipos de innovación tenemos entre ellas (a) la innovación en nuevos productos, (b) la

Innovación en nuevos métodos de producción, (c) la innovación en nuevas fuentes de suministro y (d) la innovación en la exploración de nuevos mercados y nuevas formas de organizar a la empresa.

Existe otros entidades que investigan las innovaciones con las mismas variables citadas anteriormente pero ampliando el área de estudio por los diversos cambios en las actividades de la empresa, ejemplo el manual de Oslo que destaca (a) innovaciones en la característica de los productos (bienes o servicios), incluyendo los bienes y servicios totalmente nuevos y las mejoras valiosas de los productos existente, (b) innovaciones en los procesos de producción y distribución, (c) innovaciones en la organización poniendo en práctica nuevos procedimientos de estructura, por ejemplo, en las prácticas empresariales, en el lugar de trabajo o las relaciones exteriores, (d) innovaciones en marketing de los nuevos procedimientos de comercialización, incluyendo cambios en las 4P (OECD/Eurostat, 2005a).

Asimismo, el manual de Oslo describe otros tipos de actividades que tienen relevancia con la innovación: (a) Actividades de investigación y desarrollo experimental (I + D), (b) Ingeniería, (c) diseño y otras actividades creativas, (d)

Actividades de marketing y equidad de marca, (e) Actividades relacionadas con la propiedad intelectual, (f) Actividades de formación de empleados, (g) Desarrollo de software y actividades de base de datos, (h) Actividades relacionadas con la adquisición o arrendamiento de activos tangibles, y (i) actividades de gestión de la innovación (OECD/Eurostat, 2018b).

Otra manera de catalogar la novedad es de acuerdo al grado de la novedad de la innovación (Dewar y Dutton, 1986; Ettlíe, 1983; Zaltman, Duncan y Holbek, 1973) y de acuerdo al trato de la naturaleza de la innovación o las clases de innovaciones (Fundación COTEC, 2001; Rodríguez López, 1999; Sánchez-Ruiz, Blanco-Rojo, Pérez-Labajos y Serrano-Bedia, 2011). En la primera hablamos de innovaciones incrementales, y en segundo lugar las innovaciones radicales o disruptivas (EAE, 2014; Fundación COTEC, 2001; Hidalgo Nuchera, León Serrano & Pavón Morote 2002; Rodríguez Rojas, 2012; Sánchez-Ruiz et al., 2011; WIPO Magazine, 2005a). Y según las clases o naturaleza de las innovaciones encontramos las innovaciones empresariales, aquellas que implementan innovaciones tecnológicas en procesos y/o productos (Fundación COTEC, 2001; Inno SupportTrasfer, 2007; Invitia, 2019b; Invitia, 2019c; Jordán Sánchez, 2011; Kalanje, 2019; REDES, 1996; WIPO Magazine, 2005a), y las innovaciones gerenciales o sociales o institucionales, donde encontramos las innovaciones comerciales (mercadotecnia) y organizativas (Fundación COTEC, 200; Rodríguez López, 1999; Salazar Hernández , 2008). Por otro lado ciertos autores como Racherla (2016) dice que la innovación puede ser de dos tipos: (a) innovaciones tecnológicas y (b) de modelo de negocio.

Para crear innovación existen varias formas, por ejemplo: (a) en formas de invención gracias un flujo de ideas y habilidades técnicas por medio de una investigación profunda y precisa renovando sus activos de valor, (b) copiar la idea de otro sector, para de alguna forma “innovar” podemos adaptar otras ideas innovadoras a la nuestra pero como antes mencionado

no todos los procesos o modelos de comportamiento innovador son aplicables o adaptables (Brown y Wynn, 1997) pero es útil para empezar sus propios procesos de producción o mercado, (c) búsqueda de nuevos espacios inexplorados de mercado basados sobre innovaciones tecnológicas (I+D) o volviendo a remodelar productos o servicios ya existentes (innovación incremental) para brindar a los usuarios una alternativa como de mayor valor, (d) un nuevo enfoque de negocios, como un negocio totalmente en internet (e-Commerce) creando nuevos establecimientos de mercado o ampliar los beneficios dentro de un mercado ya establecido (Jordán Sánchez, 2011). Por ejemplo, los autores Chudnovsky et al. (2006) realizaron una investigación en el 2006 donde a través de dos encuestas se estudió el comportamiento tecnológico y el rendimiento de 718 empresas manufactureras de argentina, según el modelo CDM utilizado se logró analizar las actividades de innovación y el rendimiento de estas empresas; al final los análisis indico que a pesar que estas empresas tienen bajos gastos en I+D , estas empresas no descartan la idea de que esa actividad es fundamental como rutina y como un activo que se puede conservar hasta en los malos tiempos. Además, estas empresas lo hacen por buenas razones microeconómicas porque les permiten que sus niveles de productividad aumenten, mucho más cuando se quiere mantener un valor extra a sus productos o procesos frente a sus competidores. Finalmente el trabajo resalta la importancia de aprender a innovar y que esta se transforme como parte vital de un proceso continuo para que se vean resultados efectivos antes cualquier rival.

Para que innovación dado que depende de varios actores para tener éxito comercial ayuden enormemente a reducir los riesgos que sufran los distintos actores, se debe utilizar eficientemente las herramientas de P.I para que se pueden obtener beneficios razonables en aras a la colaboración en el proceso (Kalanje, 2019). Para sacar el mayor provecho de la innovación se debe tener en consideración el conjunto de cuestiones de P.I que se forman a partir del nacimiento del proceso de desarrollo del nuevo producto, el cual es permitido

cuando una empresa tiene como prioridad de su estrategia global la innovación, tanto para aquellos que parten formalmente a raíz de una nueva idea o para aquellos que tienen afrentan un reacción frente al crecimiento del mercado (Kalanje, 2019). Cabe también señalar que la innovación consiste en convertir el conocimiento en actividad económica; ese conocimiento se debe a “un proceso lógico, organizado y sistemático de un conjunto de “experiencias, valores, saberes e información contextual” (Nagles G, 2007, p77) generado por diferentes tareas (a) del descubrimiento por las actividades y acciones cotidianas de la empresa, (b) del aprendizaje gracias a las relaciones con los competidores y el ambiente laboral y (c) de los procesos de innovación mediante la aplicación de nuevas tecnologías y técnicas de muchas fuentes.

Como se gestione la innovación, también es, parte de la organización de la empresa, por ejemplo, separar aquellos proyectos ya existentes y burocráticos que le dan recursos a la empresa, de aquellos innovadores y adherocráticos que aún no le generan beneficios; asimismo, se debe tomar en cuenta una buena cultura empresarial que ayuden a la innovación y que los niveles jerárquicos están consolidados y las estructuras plana (Rodríguez López, 1999). Por otro lado, existen estudios afirman que la innovación fomenta a la empresa a entrar a los nuevos mercados, renovarse dentro de la misma donde se encuentre presente e inspeccionar nuevas posibilidades (Cho y Pucik, 2005; Garud y Nayyar, 1994; Hughes y Morgan, 2007; Hult y Ketchen, 2001). Una desventaja es que, ciertos estudios determinaron que toda innovación presenta un grado alto de novedad y riesgo (Dewar y Dutton, 1986; Ettlíe, 1983; King, 1990; Fundación COTEC, 2001; Zaltman et al., 1973); sin duda una innovación es fuente de riqueza y crecimiento pero si no se lleva un control adecuado puede contraer riesgos, entre los dos más comunes y frecuentes como (a) el riesgo de la tecnología y (b) el riesgo de mercado (Invintia, 2018a).

En la primera se refiere a la incertidumbre que se crea cuando un producto o servicio se lanza al mercado: ¿Funcionara? y la segunda se refiere a la incertidumbre que se crea en la percepción del consumidor cuando se lanza el producto o servicio: ¿lo aceptara el mercado? (Invintia, 2018a). Finalmente, a menor innovación menor es el riesgo y menor será la rentabilidad que se obtendrá, a mayor innovación mayor será el riesgo y mayores serán las potenciales ganancias. Además existen otras pero son resultados o propias de cada empresa como la falta de experiencia en el desarrollo de proyectos, en actividades de investigación y la incapacidad de trabajar en ambientes aleatorios (Invintia, 2018a).

En conclusión, la tecnología cada vez es más potente y crece, por lo tanto, la necesidad de proteger el conocimiento del uso ilegal se ha vuelto conveniente, al menos por un periodo, que garantiza la recuperación del desarrollo e investigación (I+D) y otros costos asociados y finalmente beneficios adecuados para las inversiones continuas en él (Saha & Bhattacharya, 2011). La protección de la P.I es fundamental para fomentar la innovación; sin la debida protección de esas ideas, las empresas, los individuos o los países no obtendrían todos los beneficios de sus invenciones y se concentrarían menos en la investigación y el desarrollo (I+D). Para muchas empresas, dicha protección no solo es cuestión de respaldar una idea o un concepto, va mucha más allá, se trata de proteger los activos comerciales genuinos que pueden ser o son parte integral de los servicios centrales de la empresa y la viabilidad general a largo plazo (Salavou et al., 2004; Campos, Gutiérrez, Saracho-Martínez y Ríos, Fundación IDEA, A.C., 2009).

1.3.9 Relación de la Innovación y la competitividad

Producto de los fenómenos omnipresente que enfrentan las empresas entre las actividades que desarrollan y producen, la globalización de los mercados e intensificación de la competencia entre los grandes bloques económicos, el paradigma tecnológico dominante, era del conocimiento, el incremento de las necesidades de las consumidores, la ideología

neoliberal y los cambios en las legislaciones son los factores que están transformando de forma ineludible el nivel de competitividad, convirtiéndose en el centro de las tácticas empresariales (empresa) , gubernamentales (gobierno) y científicas (instituciones de investigación) (Fundación COTEC, 2001; Núñez Jover, 2011). La innovación es el elemento clave que explica la competitividad, del modo que los autores Sánchez Castro, Molina y Arenas (2009), declararon que "la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar...la empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones" (p.101, citado también en Porter (1990)). Además, hoy en día, en las empresas se está propagando una dinámica enfocada a la capacidad de innovar, donde aquellas que innovan e incorporan una posición abierta al cambio podrán posicionarse, rápida y resistente, en los mercado (Fundación COTEC, 2001). Por ejemplo, en un estudio realizado en el 2014 los autores Rylková y Chobotová, indico que la innovación, la actividad de patentes y su medición son un requisito previo para el desarrollo de las empresas. Finalmente, el desempeño innovador y la actividad de patentes pueden influir en la velocidad de la adaptabilidad de la empresa a los competidores y puede influir en el desarrollo de la empresa; la atención debe centrarse en las actividades de innovación si la empresa quiere ser competitiva.

Dicho lo anterior, si quiere la empresa sobrevivir y continuar siendo eficiente debe innovar de manera progresiva y constante pero llevando siempre un orden para innovar y capacitarse para controlar las tecnologías que soportan la innovación (Hernández Mogollón y De la Calle-Vaquero, 2006). De esa manera, la innovación se ha convertido en uno de los mecanismos centrales para el cambio estratégico, el crecimiento, un mejor desempeño (Barney, 1991; Day, 1994; Dittrich y Duysters, 2007)), crear una ventaja competitiva (Distanont y Khongmalai, 2018; Drucker y Noel, 1985b), creación de valor (Deeds, DeCarolis y Coombs, 2000) y desarrollo económico (Schumpeter, 1983c), y es lo más

importante para lograr el éxito económico y social en el mundo empresarial globalizado de hoy (Castaño, Méndez y Galindo, 2016; Senge y Carstedt, 2006). Desde otra perspectiva, muchos políticos e investigadores creen que la competencia promueve la innovación (Tang, 2006). Tomando el ejemplo del autor Tang (2006) quien a través de un estudio empírico analizó el comportamiento de la innovación con diferentes tipos de competencias, con enfoque a las innovaciones tecnológicas. Los resultados mostraron los siguientes análisis: (a) la fácil sustitución del producto está correlacionada negativamente con las actividades de innovación, especialmente la I + D o la innovación de productos; (b) la llegada constante de productos de la competencia está asociada positivamente con la I + D o la innovación de productos; (c) la rápida obsolescencia del producto se relaciona positivamente con la I + D o la innovación de productos, y se relaciona negativamente con la adquisición de tecnología o innovación de procesos; y finalmente (d) el cambio rápido de las tecnologías de producción se relaciona de manera positiva y fuerte con las actividades de innovación, especialmente la adquisición de tecnología o la innovación de procesos.

Cabe mencionar también que la innovación es el principal actor que han afectado positivamente a los cambios en los mercados como en la tecnología porque si la utilizamos como un variable estratégica, es considerada un requisito *sine qua non* para tener capacidad o ventaja competitiva (Rodríguez López, 1999); por lo tanto, una ventaja competitiva es cuando se lanza al mercado nuevas y mejores formas de competir pero que no será permanente si se imita (Rodríguez López, 1999; Porter, 1990). En efecto, desde los comienzos del siglo XIX, la gestión estratégica empresarial ha sido considerada como uno de los enfoques de la ventaja competitiva con el objetivo de mejorar el desempeño ante los posibles rivales (Pisano y Teece, 2009; Sánchez Castro, Molina G. y Arenas G., 2009). Esa gestión empresarial por lo tanto es innovación y requiere la generación constante de buenas ideas, que al final serán un

producto o servicio, con alta probabilidad de éxito comercial y social (Guerrero Spínola de López, 2011). Con la misma idea, el autor Pratt (2008) declaró que estas industrias:

Son muy sensibles a lo que está de moda en un momento dado, que el cambio de moda es rápido y que es un mercado donde el ganador se lleva todo. Para ser un ganador, uno tiene que liberar muchas ideas y, en promedio, tener éxitos; el éxito proviene de tener más coincidencias que el promedio. (pág. 150)

Es por ello, como hoy en día, las sociedades se orientan hacia la información y el conocimiento, las empresas se ven envueltas por una creciente y más potente tecnología de información que afecta a sus procesos económicos y empresariales; gracias a la fusión de la tecnología-empresa ha permitido que se cree valor en ellas, así como de generación de innovación de modo que se convierte en una ventaja competitiva (Moraleda, 2004). Más aun, diversos especialistas consideran a la innovación como factor esencial y necesario, no obligatorio, para aquellas empresas que simplemente desean seguir siendo competitivas o perseguir ventajas a largo plazo (Mathison, Gándara, Primera y García, 2007). Por otro lado, el autor Jorge Núñez (2011) dice que la competitividad reposa en la innovación porque cuando se lanzan y se distribuye una nueva técnica, un nuevo producto o un nuevo proceso de producción o nuevos procesos en sí, que al final van a ser objeto de divulgación, crean un valor agregado para poder competir ante los futuros rivales. A su vez la capacidad innovadora se apoya fuertemente en la tecnología, cuyo aspecto moderno es la fuente al conocimiento científico (Núñez Jover, 2011). En la siguiente Figura 6 se muestra los beneficios que surgen cuando se implementa la actividad innovadora dentro de la empresa.



9. Beneficios de las innovaciones empresariales, Obtenido de (Inno SupportTrasfer, 2007) y traducido y adaptado por el Autor

1.3.9.1 Ventaja competitiva

Con la revisión de la literatura, se puede concretar que los mercados globales demandan de empresas que sean altamente competitivas y se ha demostrado que el capital intelectual, la inversión en I+D y la adquisición de tecnologías, las actividades para la producción, la distribución y la comercialización son parte del proceso de innovación de un país, y que a su vez es visto como una ventaja competitiva tanto para los individuos, empresas y países. Las empresas a gran escala de hoy están compitiendo en una economía

global que desafía a las empresas a organizar su red de innovación de tal manera que la empresa siga siendo competitiva. Dado que estas redes de innovación no son de ninguna manera accidentales; ellas cambiarán la organización interna y las relaciones industriales de las grandes empresas, y potencialmente, las estructuras de la industria (Dittrich y Duysters, 2007). Las inversiones en innovaciones son importantes para las empresas, individuos y países compitan en el futuro y logren una ventaja competitiva en un entorno económico que cada vez es más globalizado e incierto (Vila, Pérez y Coll Serrano, 2014); por este motivo, todos los actores involucrados son aptos para innovar no solo en productos y procesos de producción, sino también en la estructura organizada, los procesos administrativos y las prácticas de gestión (Birkinshaw, Hamel y Moi, 2008; Damanpour y Aravind, 2012; Hamel, 2008) y en los procesos de patentamiento (Reymond y Quoniam, 2016; Fujii, Iwayana y Kando, 2007).

La capacidad de innovar es una manera para encontrar ventajas competitivas; estas ventajas incluyen, por ejemplo la producción de barreras, captación de nuevos consumidores, superación de las estrategias de plagio y alcanzar economías de escala (Deakins & Freel, 1998; Deshpandé, Farley y Webster, 1993b; Deshpandé y Farley, 1999c; Hurley y Hult M., 1998; Johnston y Bate, 2013; Martins y Terblanche, 2003; Olson, Slater y Hult, 2005; Porter, 1990). En efecto, Uno de los caminos claves para que las empresas adquieran ventajas competitivas es mantenerse y crecer, además, tener la voluntad o vocación de innovar (Deshpandé y Farley, 2000; Hult M., Hurley y Knight, 2004; Jordán Sánchez, 2011; Nieto y Quevedo, 2005). Más aun, la innovación es como un “factor diferenciador” (Jordán Sánchez, 2011, p.51) porque establece un estructura de acaparamiento o monopolio en el mercado hasta cuando otro agente económico ingrese y compita con esa innovación dejándolos en un nivel de equilibrio medio; este equilibrio se ve en constante movimiento por las nuevas mejoras, creando así un mercado activo y una economía progresiva (Jordán Sánchez, 2011).

Los autores Clemente (2003) y Grossman y Helpman (1991) sostienen que aquellas empresas que emprenden en la innovación buscan oportunidades rentables, que se manifiestan como el poder de monopolio. Una empresa que posee poder de monopolio afronta menos incertidumbre en el mercado y puede apropiarse fácilmente de sus inversiones en I + D (Kamien y Schwartz, 1982); asimismo, financiar eficientemente las actividades de innovación debido a los beneficios, y es muy probable que use ese poder para buscar un dominio persistente dentro de sus mercado con relación a aquellas empresas que no tienen algún poder de monopolio. Del modo que, los autores Forero-Pineda, Laureiro-Martínez y Marín en el 2011 enfocaron su estudio en dos cuestiones empíricas: (a) qué patrones de comportamiento frente a la propiedad intelectual coexisten entre las pequeñas y medianas empresas de un país en desarrollo como Colombia y (b) cómo se relacionan estos patrones con el desempeño innovador de las firmas, se tomaron 27 variables relacionadas con la innovación, la imitación y la propiedad intelectual. Estas variables fueron apropiadas para el análisis de las diversas formas de innovación en las PYMES de un país en desarrollo. Como resultados, el grupo de PyMEs colombianas que poseían patentes tuvieron una tasa significativamente más baja de productos nuevos introducidos en el mercado por año que las grandes empresas colombianas en el país, a través del llamado "efecto de reemplazo" donde las patentes eximen a sus propietarios de la necesidad de seguir un proceso continuo de innovación. Además, Los propietarios de patentes confían en el monopolio que les otorga el sistema de patentes, mientras que los otros tres grupos de pymes identificados en el análisis operan en un entorno de competencia. Las empresas más innovadoras operan en un entorno competitivo donde los mercados no están protegidos y gracias a sus innovaciones protegidas han podido sobrevivir.

En definitiva, una empresa competitiva es aquella que compete en su mercado y con otras industrias porque quizás sea el único actor potente de ese mercado o porque posee

dominio dentro del conjunto de industria de su mismo sector o actividad económica, así también, aquella que se mantiene con un comportamiento ventajoso respecto a la competencia (Sánchez-Ruiz et al., 2011). Sin embargo, debemos ser capaces de distinguir a los consumidores de lo que manifiestan y de lo que quieren, y después proceder a satisfacer esos anhelos tácitos a fin de proponer algo que vaya más allá que solamente escuchar (Leonard, 2002). Un punto importante es que cuando se analiza la competitividad no solo es sinónimo de “competencia” sino va mucho más allá; la competitividad también buscar establecer vías para impulsar empresas nacionales más competitivas que, a través de la generación de empleo mejor pagado y permanente, ayuden de alguna manera a incrementar los niveles de vida (Solleiro y Castañón, 2004). Por otro lado, el crecimiento, el mantenimiento del empleo y la competitividad pasan de forma ineludible por la innovación de modo que la competitividad de un país, una región o una empresa, dependerá mucho de su capacidad de invertir en investigación, desarrollo, innovación (I+D+i) y tecnología; asimismo, en la creación de competencias que permitan obtener el mayor beneficio posible a los nuevos esfuerzos humanos (bienes y servicios) (Watts y Zimmerman, 1978).

De la misma forma (Drucker, 2002a) acota diciendo que la eficacia de la innovación ha sido aprobada y respaldada por la intensa competencia y los acelerados cambios del mercado y la tecnología. De párrafos anteriores, podemos decir que una ventaja competitiva son todos aquellos componentes que se posee y que permite crear un elemento diferenciador con referente a los demás, y que a la vez crear mejoras a algo (producto o servicio). Las ventajas competitivas solo puede ser percibidas desde la visión de un cliente, cuando al adquirir un producto o probar un servicio de una empresa, en vez de la otra, de esa manera le permite obtener una mejor relación precio-calidad (Laudon y Laudon, 2000). En particular, la empresa debe estar enfocada en sus competencias esenciales, aquellas que son la razón del negocio y que lo diferencia de sus rivales; para ello, se debe externalizar los procesos que no

sean críticos para su actividad y también conseguir economías de escalas que le permitan obtener costes unitarios competitivos (Moraleda, 2004). Se debe agregar que el crecimiento de la competitividad del país es lo que permite conservar una aptitud propicia en el contexto internacional y obtener importantes cuotas de mercado; para eso se necesita que cada nación se especialice en los sectores más fuertes o que tengan una posición sólida, logrando economías de escales que le permitan maximizar su productividad y competitividad (Fundación COTEC, 2001).

A nivel internacional, una empresa es competitiva cuando sus productos o servicios han sido diseñados pensando en el cliente, garantizando la confiabilidad, la duración y un eficiente servicio de mantenimiento posventa; aquellos productos y servicios, cuyos precios corresponden a la franja de mercado estimada (de buen precio), son los que tienen calidad certificada y entregan oportunamente innovaciones fruto del conocimiento y la tecnología, que al final serán vendibles en el mercado (Echeverri-Sevilla, 2007). La innovación puede crear un crecimiento sostenible que genere ventajas competitivas en los mercados internos y externos. Por ejemplo, existen factores internos y externo que afectan a la innovación; entre los factores internos, los pensamientos nuevas ideas y la innovación viene de la trasferencia de conocimientos entre los empleados, inclusive si trabajan en la mismas áreas/ departamentos, y entre los factores externos encontramos de nuevos conocimientos, puntos de vistas e ideas transferidos de forma descendente, empresas y clientes, y de forma ascendente, empresas y proveedores, universidades u otras organizaciones (Distanont y Khongmalai, 2018).

Por tanto, para que exista un uso adecuado del conocimiento externo necesita de base interna de conocimiento tecnológico que facilite la absorción e implementación de ese conocimiento; la combinación de ambos conocimientos puede resultar un nuevo discernimiento (Cohen y Levinthal, 1990a; Howells, James y Malik, 2003). Además, si la

empresa quiere apoyar su ventaja competitiva en la innovación, debe de atreverse a industrializar el conocimiento personal de sus colaboradores en conocimiento organizativo (Grant, 2002; Teece, 1998b). Dicho de otra manera, los autores De Saá y Díaz-Díaz (2007), Nonaka y Takeuchi (1995a) y Snell, Youndt y Wright (1996) dicen que las empresas deben crear un entorno optimo donde los empleados se sientan motivados y comprendidos a instruirse, estructurar y distribuir el conocimiento compartido entre unos con otros a fin de aplicarlo en la creación de nuevos productos y procesos.

Finalmente, sin la innovación, las empresas individuales, no puede sostener su ventaja competitiva, lo que contribuye a su expansión y a la generación de inversiones de capital, productividad, avance tecnológico, empleo y crecimiento adicionales (Stam y Van Stel, 2011). Cuando se crea algo nuevo y útil, en la mayoría de veces, las empresas no saben qué hacer, sin embargo, es importante apropiarse del valor que representa una innovación; el término “apropiación” siempre aparece cuando estudiamos sobre innovación, el cual se refiere “al acto de capturar el valor de las ideas e inversiones de uno, en desarrollarlas y llevarlas al mercado” (Brant y Lohse, 2013, p.2). Si una empresa no puede apropiarse o capturar el valor de su propiedad intelectual, los competidores pueden imitar sus ofertas sin una inversión significativa, de modo que eliminar la ventaja competitiva, junto con el incentivo para continuar participando en empresas innovadoras arriesgadas (Teece, 1986a).

1.3.10 Competitividad e Innovación del sector empresarial

La ventaja competitiva de las empresas en la economía actual no proviene de la posición del mercado, sino de los activos de conocimiento difíciles de replicar y de la manera en que se despliegan. Por otro lado, La capacitación dirigida, ya sea internacional, regional o nacional, puede ayudar a los gerentes a abordar las limitaciones internas y atraer socios e inversores, incluso a través de la gestión de la propiedad intelectual con el objetivo de obtener más valor de las invenciones y colaboraciones de sus empresas (Brant y Lohse, 2013). Y los

beneficios para sus contrincantes, las empresas más grandes, la colaboración conjunta es útil, ya que les permite obtener acceso a nuevas tecnologías y talentos de ingeniería de vanguardia, y les ayuda a obtener ventajas tecnológicas en sus entornos competitivos (Alvarez y Barney, 2001; Radauer, Jürgen y Fritz, 2008). Todo este proceso no puede ser posible si una empresa no pronostica, que tipos de ventajas le brindara y cual sera la forma por la que se beneficiara económicamente de ella, sea este como medio diferenciador de producto o servicio, como medio de adaptabilidad a los cambios del mercado, como medio de boqueo de entrada para sus rivales o como elemento que deforme de las condiciones de la competitividad en los mercado (Pastor Gómez, 2006; Tomlinson y Fai, 2013; Wright, Filatotchev, Liu, y Buck, 2009).

Más aún, se debe hacer un sondeo de las empresas y agentes que se beneficiarán de esa innovación una vez lanzado al mercado, y hacer una relación causa-efecto de los beneficios adquiridos y brindados para constatar cual es el impacto en el negocio, es importante entonces que, la persona o empresa innovadora, evalúe anticipadamente si el “esfuerzo de innovar” de alguna manera le será retribuido gracias a ese esfuerzo generado (Brem, Nylund y Hitchen, 2017; Pastor Gómez, 2006). Por otro lado, según los análisis y experiencia de los autores Brown y Wynn (1997) demuestra que las empresas que no son capaces de “cambiar”, no tienen muchas posibilidades de éxito, incluso aquellas empresa grandes y bien estructuradas o posicionadas; por lo tanto, si se quiere lograr sobrevivir en un entorno cada vez más hostil y competitivo las empresas tienen que adaptar y cambiar los productos y servicios que ofrecen al mercado, y adaptar y cambiar las formas en las que los producen y entregan a los consumidores. Este caso, en el 2018 los autores Distanont y Khongmalai realizaron un estudio donde se estudió los factores de innovación que llevaron a la creación de ventajas competitivas en la industria de alimentos congelados a nivel de PYME. Los resultados mostraron que los factores externos que conducen a la innovación

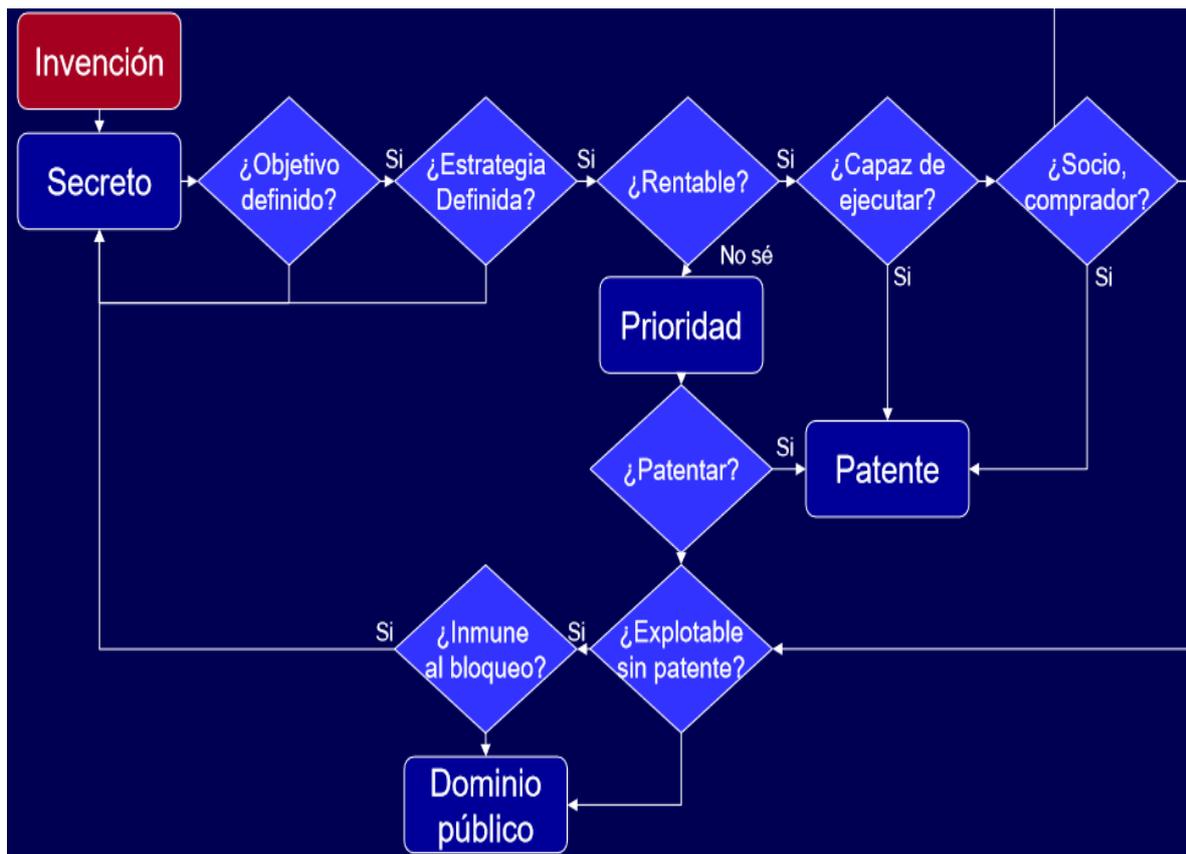
vienen en dos formas: (a) En el nivel micro, hay una orientación de mercado, que consiste en clientes, proveedores y la industria, y (b) en el nivel macro está el contexto internacional, que consiste en regulaciones y apoyo nacional. Finalmente, ellos argumentan que la innovación es un arma importante y una herramienta estratégica que se puede utilizar para mejorar y fortalecer una empresa, de modo que pueda crear ventajas competitivas iguales o mayores que las de empresas extranjeras y, de ese modo, lograr un desarrollo económico sostenible.

A menudo, las pymes innovadoras muestran competencia en un campo de nicho específico, mientras que generalmente carecen de experiencia en áreas cruciales fuera de sus ofertas principales. Por lo tanto, la colaboración puede ser fundamental para superar las brechas en la competencia que, de otro modo, podrían dificultar el éxito de una PYME (Lee et al. 2010; Revilla 2012). Las pymes utilizan la colaboración para acortar el tiempo de innovación, obtener experiencia y recursos complementarios, reducir el riesgo y los costos, y aumentar la flexibilidad de sus operaciones (Brant y Lohse, 2013; Lee et al. 2010). Pueden asociarse para obtener acceso al mercado y los canales de venta en la etapa de comercialización, confiando así en las empresas establecidas para ayudar a traer nuevas soluciones al mercado. Las opciones a las que se enfrentan los inventores y las empresas en cuanto a su protección es compleja, por lo general requieren de un análisis de los problemas legales, económicos y estratégicos. A todo proceso innovador se debe buscar la manera de custodiarlas a fin de seguir fomentando la innovación e incrementar la competitividad tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, las opciones a las que se enfrentan los inventores y las empresas en cuanto a su protección es compleja, por lo general requieren de un análisis de los problemas legales, económicos y estratégicos. Los derechos de propiedad intelectual tiene la función de impedir la imitación de ciertas capacidades tanto en países

desarrollados como en vía de desarrollo, y presentan una barrera de imitación formidable en ciertos contextos particulares (Distanont y Khongmalai, 2018; Lacalle-Díez, 2016).

Sabemos que la propiedad intelectual este un sistema universal que desarrolla y protege, bajo la supervisión y coordinación del estado, un conjunto de derechos jurídicos exclusivos sobre cualquier creación del intelecto humano, sea de tipos industriales (patentes, marcas, secretos comerciales, modelos de utilidad, entre otros) o derecho de autor (creaciones artísticas, literarias o científicas); este sistema fomenta la generación de conocimientos en los SNI (sistemas nacionales de innovación), lo que llamamos “innovar”; y además, busca reconocer las inversiones en tiempo, dinero y esfuerzo de los desarrolladores o inventores, en tanto, terceros licencien los conocimientos para producir innovaciones durante un tiempo determinado y crea un especie repelente para aquellos usurpadores de conocimientos. La justificación básica de los derechos de propiedad intelectual es que dan a las personas un incentivo para producir nuevas innovaciones socialmente deseables. Sin alguna garantía de propiedad privada, los inventores podrían no poner recursos en actividades inventivas, ya que sus hallazgos serían rápidamente imitados, dejándolos sin ganancias (Friesike, 2011; Du Plessis, 2007; Greenhalgh y Rogers, 2007; Rogers, 2004^b). Sea la forma de patentar una invención o protegerla como un secreto comercial están deberán ser dirigidos por la asimetrías de costos, derechos y recursos, así como la percepción de cual es más beneficiosa (DuPré y Smith, 2011; Scherf y Gering, 2016). En la siguiente figura se muestra el proceso o el flujo de una decisión de protección, es decir luego de concebir la idea, la potestad de protegerlo bajo un secreto hasta convertirse en patente, siempre y cuando sea novedoso y útil para la sociedad, y finalmente se convierta en un arma que les proporcione ventaja competitiva rápida y sostenible.

Es el estado junto a los políticos responsables, quienes deben fortalecer el uso de los DPI para propiciar el cuidado del bienestar empresarial (Thomä y Bizer, 2013). Al final, decidir si proteger la innovación y cómo hacerlo es cuestión de cada empresa; si esas empresas quieren o deciden en apoyarse en la protección de sus invenciones, lo podrán hacer por los diferentes mecanismos legales o estratégicos (Lacalle-Díez, 2016). Sin embargo, no todas las innovaciones proveen un beneficio a cambio aunque se tenga el mejor y único diseño de producto del mercado, se deben tener en mente el establecimiento de competencias y de activos específicos para poderlo fabricarlo y comercializarlo (Pastor Gómez, 2006). Existen casos de PyMEs innovadoras tecnológicas que no poseen los recursos ni instalaciones necesarias para desarrollar y poner a prueba sus innovaciones o creaciones como ciertos prototipos de sistemas operativos o robotice; entonces, la protección de tales ideas mediante DPI de alguna manera garantiza que no se pierdan, a la vez que ellas aprovechan los recursos técnicos y las instalaciones existentes como los (a) Centros de innovación, (b) parques tecnológicos, (c) institutos de investigación y (d) otras grandes empresas; además, cuando en un futuro se perfeccione una invención o un diseño y se desea llevarlo al mercado sea a través de asociaciones como (a) empresas conjuntas, (b) alianzas estratégicas, (c) contrato de licencias, (d) fusión o adquisición; el derecho exclusivo que te da los DPI les proporciona un posición negociadora sólida en el proceso de obtención de algún tipo de asociación (WIPO Magazine, 2005 ^a).



10. Flujo de la decisión de patentar o no? Obtenido de Marcos Muñoz (2016).

Del modo que, las fuentes clave de la creación de riqueza en los albores del nuevo milenio estarán en la formación de nuevas empresas; la renovación de los titulares; la explotación de los conocimientos tecnológicos, la propiedad intelectual y las marcas; asimismo, el exitoso desarrollo y comercialización de nuevos productos y servicios (Teece, 1998b). Por otro lado, introducir una innovación en el mercado es de por sí una misión arriesgada para las empresas, lo más complicado o lo que realmente diferencia a los líderes tecnológicos del resto es, que sean capaces de prolongar en el tiempo, los beneficios o las ganancias que provienen de sus innovaciones; si se lograr esto, permitirá que sus invenciones sean referencias para el mercado y evitan que los competidores se apropien de su “fuente de valor y su reputación”, siendo capaces así de obtener beneficios durante el tiempo suficiente para hacer rentable su esfuerzo innovador (Guellec y Van Pottelsberghe de la Potterie, 2007; Lall, Albaladejo y Mesquita-Moreira, 2005; Pastor Gómez, 2006)

Por otro lado, los tratados bilaterales entre países nacen con el objetivo de no solo ser una canal para incrementar los flujos comerciales sino también permite que se desarrolla un marco jurídico para atraer inversiones, tecnología e innovación; asimismo, promover la empleabilidad, fomentar un desarrollo sostenible, integrar aún más ambos mercados, logrando una consolidación y ampliación de la oferta exportable y la diversificación de las exportaciones entre las partes (EEAS, 2017; Delegación de la Unión Europea en Ecuador , 2017). Y muchos más cuando se buscar un desarrollo económico, fomentar la innovación y crear un canal comercial competitivo en el mundo, gracias a todos estos factores podemos crear mucho más valor a los commodities ecuatorianos y ofrecer nuevos y diferentes factores diferenciadores a los que solíamos tener.

En virtud de lo anterior, surge la necesidad de proteger internacionalmente todos aquellos activos intangibles ecuatorianos (cuando la naturaleza de la misma así lo requiera) para crear competitividad e innovación; entonces al firmar un tratado comercial, se habla de la Propiedad Intelectual, donde encontramos lo de propiedad industrial (los inventos, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales, indicaciones geográficas de procedencia, protección de datos a ciertos productos regulados y la competencia desleal), y los derechos de autor (obras literarias y artísticas, películas, obras musicales, y de arte o diseños arquitectónicos y las variedades vegetales), y que tiene como función garantizar un adecuado y efectivo nivel de protección de los derechos de propiedad intelectual y reducir las distorsiones y obstáculos al comercio, a la vez que se promueve la innovación y la creatividad para facilitar la producción y comercialización de productos innovadores y creativos entre las partes. Esos conocimientos son custodiados y supervisados por los ADPIC, que permiten obligatoriamente a los países miembros de la OMC se comprometan a proteger los DPI conforme a los niveles, reglas y criterios ahí previstos en los anteriormente capítulos convenios: (a) Convenio de Berna y (b) Convenio de París, asegurando de esa manera que

son la columna vertebral del derecho internacional de la P.I (Rangel-Ortiz, 2012; Tinoco de Soares y Tobón Franco, 2014). Entonces, para lograr mayor competitividad a nivel internacional se debe también patentar esos activos intangibles afuera para evitar la imitación o competencia desleal de terceros, mucho más cuando se tiene un aval comercial para hacerlo. Conocer la importancia de la protección intelectual ante el acuerdo firmado con la Unión Europea, brindará al sector empresarial ecuatoriano, específicamente, a los pequeños y medianos empresarios, información de consulta que servirá para la correcta toma de decisiones al momento de ingresar a cualquiera destino europeo.

Capítulo 2

2.1 Metodología de la Investigación

A lo largo de la ciencia han nacido diferentes pensamientos y diferentes marcos interpretativos los cuales han abierto varios caminos en la búsqueda del conocimiento; La investigación es parte de ese proceso porque comprende un “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista-Lucio, 2014, p.4). Es por ello que existen diferentes aproximaciones principales de la investigación desde un enfoque cualitativo y cuantitativo hasta la combinación de ambos enfoques.

2.2.1 Enfoque

La investigación siguiente tiene un enfoque mixto porque implica combinar el método cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio. Además, por la naturaleza compleja de los fenómenos o problemas de investigación abordada por una realidad intersubjetiva, es decir una visión objetiva (cuantitativo) y subjetiva (cualitativo) (Hernández Sampieri et al., 2014). En esta investigación se argumentó que el enfoque es mixto debido a que dentro del proceso se recurrieron a técnicas de investigación cualitativa en cuanto al alcance exploratorio de la investigación, al mismo tiempo que la revisión descriptiva del comportamiento de los registros de propiedad intelectual durante el periodo 2015 – 2018 a través de indicadores numéricos, es decir cuantitativos.

2.2.1.1 Enfoque Cuantitativo

Por otro lado, en lugar de que la interpretación y explicación sobre las preguntas de investigación e hipótesis procedan de la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos se pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la

recolección y el análisis de los datos (Hernández Sampieri et al., 2014). Si bien, incluso hoy en día, la investigación cualitativa a menudo se considera como menos válida y confiable que un método cuantitativo empero los datos cualitativos pueden ser una poderosa fuente de análisis (Gray, 2009). Primero, la investigación cualitativa es altamente contextual, y se recopila en un entorno de "vida real" natural, a menudo durante largos periodos de tiempo. Por lo tanto, va más allá de dar una simple instantánea o sección transversal de los eventos y puede mostrar cómo y por qué suceden las cosas, incorporando también la motivación, las emociones, los prejuicios y los incidentes de cooperación y conflicto interpersonales de las personas (Charmaz, 2014). Este método se puede modificar el diseño del estudio al definir la muestra inicial y tener acceso a ésta (observar a ciertas personas en su ambiente natural) y finalmente al analizar los datos podemos advertir que necesitamos, quizás de mayores participantes que no estaban anteriormente contempladas o si necesitamos analizar otra clase de datos que tampoco se consideraron al inicio del estudio (Hernández Sampieri et al., 2014).

Finalmente, en ambos procesos se puede regresar a una etapa previa, asimismo el planteamiento puede modificarse siempre y cuando esté en su evolución; las técnicas de recolección de datos pueden ser múltiples (a) cuantitativo (cuestionarios cerrados, registro de datos estadísticos) y (b) cualitativos (entrevistas exhaustivas, abiertas, sesiones de grupos, observación). (Hernández Sampieri et al., 2014). En este caso, se pretendió mostrar cómo y por qué existe un mayor patentamiento (bajo diferentes tipos de Propiedad Intelectual) a nivel internacional, específicamente el sector empresarial europeo que el sector empresarial ecuatoriano, se corrobora el resultado con un cuestionario de preguntas abiertas y varias entrevistas a expertos, de los cuales se pudo tener acceso: (a) empresas, (b) institución pública, y (c) Academia.

2.2.1.2 Enfoque cuantitativo

Porque es secuencial y probatorio, además, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico a fin de fijar un patrón de comportamiento y probar teorías (Hernández Sampieri et al., 2014). De las preguntas se establecen hipótesis y se determinan variables, se traza un diseño, se miden las variables en un determinado contexto, se analizan utilizando métodos estadísticos y finalmente se extraen una serie de conclusiones respecto a la o las hipótesis. Dentro de las características tenemos que se pueden interpretar por las predicciones iniciales (hipótesis) y de estudios previos (teoría), y esta interpretación crea una explicación de cómo los resultados encajan en el conocimiento existente (Creswell, 2013; Hernández Sampieri et al., 2014); de la misma forma se vale de la lógica o razonamiento deductivo desde la teoría hasta derivarse en expresiones lógicas denominadas “hipótesis” de las cuales el investigador a someter a prueba (Hernández Sampieri et al., 2014). En este caso, se obtuvo y se analizó las cifras de los registros de DPI en las bases de datos de la SENADI/IEPI y la OMPI con el objetivo de fijar un patrón de comportamiento de los registros de propiedad intelectual durante el periodo 2015 – 2018, probar la hipótesis y medir las variables planteadas.

2.2.2 Planteamiento de la investigación

Esta investigación mixta concurrente tiene su punto de partida en la proposición de que, los derechos de propiedad intelectual (DPI) tienen un efecto en la competitividad del sector empresarial ecuatoriano, a través de la innovación. Para la rama cuantitativa se tienen la intención de recolectar y analizar los tipos de derechos de propiedad intelectual tanto derecho de autor como industrial (especialmente a las patentes) registradas por el Instituto durante los periodos del 2015 al 2018. Para la vertiente cualitativa se pretende observar, entender e identificar los factores o motivos por el cual el sector empresarial ecuatoriano no

registran patentes a nivel internacional, sabiendo que se tienen un aval comercial con la Unión Europea, dado el caso de utilizó un cuestionario de opinión y entrevistas para corroborar ciertas perspectivas, experiencias y opiniones con relación a la data secundaria y al tema de investigación. Cabe mencionar también que, la investigación se basó de un conjunto de preguntas relacionadas entre sí sobre la competitividad, la innovación y los derechos de propiedad intelectual afín de probar, bajo mi modelo teórico, que la competitividad se crea cuando los activos intangibles (DPI) son protegidos pero siempre y cuando se fomente la innovación; las preguntas tienen el objetivo de corroborar los datos secundarios de la institución pública SENADI/IEPI, mostrando empíricamente como y porque suceden ciertos comportamientos o fenómenos, y con relación a mi tema, identificar como y porque existe un menor patentamiento (bajo diferentes tipos de Propiedad Intelectual) del sector empresarial ecuatoriano frente al sector empresarial europeo. Por lo tanto según lo planteado, se requirió de fuentes primarias y secundarias para desarrollar el tema. Finalmente, como producto del proceso de investigación se plantearán varias hipótesis sobre las variables que podrían incidir, tanto sobre los DPI, la innovación o la competitividad que pueden ser, luego, corroborados bajo criterios cuantitativos.

2.2.3 Alcance de la investigación

Las investigaciones que se realizan en un campo de conocimiento específico pueden componerse de varios alcances en las distintas etapas de su desarrollo, por ejemplo puede que se inicie como exploratoria, después der descriptiva y correlacional y después como explicativa. En fin, que alcance se utilice dependerá de dos factores: (a) el estado del conocimiento de la investigación, mostrado por la revisión de la literatura, y (b) la perspectiva que se pretenda dar al estudio (Hernández Sampieri et al., 2014). De ese modo, gracias a la revisión de la literatura y a la identificación de que existe una problemática y que

vale la pena demostrarla, la estrategia de investigación que se utilizó es un alcance exploratorio, descriptivo y explicativo.

2.2.3.1 Exploratorio

Se realizan cuando el objetivo es abordar un tema o problema de investigación poco estudiado, porque existen muchas dudas o no se ha abordado antes (Hernández Sampieri et al., 2014). El tema planteado en esta investigación contiene muchas ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, por ejemplo, existen estudios o evidencia de trozos o piezas de teorías que miden la innovación solo bajo criterios de I+D en general (Cohen et al., 2000; Damanpour y Aravind, 2012; Deeds et al., 2000; Senge y Carstedt, 2006; Ruchkina et al., 2017; Zapata et al., 2014), para medir productividad (Chudnovsku et al., 2006; Forero-Pineda et al., 2011; Spínola de López, 2011; Tang, 2006) o la competitividad (Campos et al., 2009; Greenan et al., 1997; Zapata et al., 2014); por otro lado, un estudio exploratorio también se indaga sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas, por ejemplo, este estudio explica la innovación como causa indirecta de los derechos de propiedad intelectual para medir la competitividad. Sin embargo, existen estudios o descubrimientos que parcialmente tratan algunas de las variables plantadas pero que no se ajustan a un teoría, asimismo como evidencia e ideas que vagamente se relacionan con el problema de investigación (midiendo otros factores), entre ellos tenemos (Awokuse y Yin, 2010; Cohen et al., 2000; Distanont y Khongmalai, 2018; Grimaldi et al., 2014; Hitt et al., 1997; Hult et al., 2004; Ibarra-Cisneros et al., 2017; Mathison et al., 2007; Mets y Kelli, 2014; Lacalle-Díez, 2016; Kitching y Blackburn, 1998; Pisano, 2006; Pulgarín-Molina y Guerrero, 2017; Slater y Narver, 1994; Sukarmijan y De la Vega-Sapon, 2014; Teece, 1986^a; Teece, 1998b; Todericiu y Stanit, 2015; Thomä y Bizer, 2013; Zaridis, 2009). Con este tipo de enfoque servirá para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información para llevar a cabo un investigación más compleja con respecto a un contexto particular, investigar nuevos

problemas, determinar conceptos o variables promisorias, disponer primacías para futuras investigaciones, asimismo, sugerir afirmaciones y postulados (Hernández Sampieri et al., 2014). Los estudios exploratorios, por lo general, anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos; sin embargo, esas indagaciones exploratorias pueden ser más flexibles en comparaciones a los otros tres enfoques, y son más amplias y dispersas. Además, implican mayores riesgo y requieren de mucho consumo físico (paciencia, serenidad y receptividad) por parte del investigador (Hernández Sampieri et al., 2014).

A través de los datos obtenidos por las SENADI/EIPI se estableció un cuestionario estructurado donde se pretendió mostrar, con precisión los ángulos o dimensiones de los fenómenos o al menos visualizar que se medirá (concepto, variables) y sobre que se recolectaran los datos (personas, grupos, hechos). Por ejemplo, después de analizar los datos se estructuró un conjunto de preguntas que describen: (a) la innovación por la implementación de alguna forma de mejora en producto o servicio, por promoción de nuevas técnicas o canales en cuanto su marca e identidad corporativa, (b) la competitividad por la identificación de algún reto o necesidad de mejora y por el aumento de productos o servicios nuevos tanto para la sociedad como para el desarrollo de la empresa y por su principal mercado, y finalmente, (c) los derechos de propiedad intelectual, por el conocimiento de los tipos o mecanismos de DPI, cuáles de ellos son importantes como individuo y como empresa, los beneficios que otorga una P.I, por si tiene algún tipo de DPI protegido en el exterior, hasta por los motivos que le impiden proteger nacional e internacionalmente algún activo intangible. Del mismo modo, la información que se recolectó fue dirigida a personas naturales como jurídicas (profesores, entidad pública y empresas).

2.2.3.2 Descriptivo

Se realiza cuando el objetivo es de identificar fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, es decir, detallar como son y cómo se manifiestan los fenómenos; los estudios descriptivos especifican las características y los perfiles de personas, grupos u otros fenómenos que se sometan al análisis (Hernández Sampieri et al., 2014). Lo que se pretende con este enfoque es únicamente medir o recoger información de las variables planteadas no como se relacionan éstas. Lo que se pretende con este enfoque es poder encontrar e identificar el relacionamiento de las variables planteadas. Finalmente, la descripción tiene características profundas para medir esos fenómenos de interés de la mejor manera. Para describir las variables se analizaron las cifras de los registros de DPI en las bases de datos de la SENADI/IEPI y la OMPI para observar que mecanismos o tipos estaban registrados en sus sistemas, el origen de ellas, su o sus propietarios, especificaciones y vigencia.

2.2.3.3 Correlacional

Se realiza cuando el objetivo es medir el grado de asociación entre dos o más variables, primero se mide cada una de estas variables y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones; de ese modo, las correlaciones se afirman en la o las hipótesis sometida a prueba (Hernández Sampieri et al., 2014). En ocasiones solo se analiza la conexión o la relación entre dos variables, pero existen investigaciones que tratan de correlacionar tres, cuatro o más variables; independientemente del número de correlaciones pueden ser positivas o negativas. Si se pueden correlacionar se tiene bases para predecir, con mayor o menor exactitud, el valor aproximado que tenga un grupo de personas en una variable al saber que valor tienen en la otra; caso contrario, cuando no existe alguna conexión entre las variables nos indica que fluctúan sin tener un patrón sistemático en común. Este tipo

de enfoque no se prende ejecutar porque inciden una medición cuantitativa para analizar, con mayor o menor exactitud, la relación que existe entre las variables.

A pesar de que nuestra base teórica define una conexión de tres variables y el estudio de cada una de manera independiente, la literatura muestra que realmente existe una relación entre las variables. No obstante, el estudio tiene una característica principal que no existe estudios empíricos que se hayan abordado antes donde se pueda de alguna forma medir la conexión de esas variables. Pero gracias a ciertas investigaciones que abordan de alguna forma, la conexión tenemos los estudios de (Chudnovsky et al., 2006; Distanont y Khongmalai, 2018; Grimaldi et al., 2014; Forero-Pineda et al., 2011; Rylková y Chobotová, 2014; Sánchez Castro et al., 2009) afín de poder descubrir la relación de las variables. Todas estas investigaciones nos han permitido desacatar falsas correlaciones o como también se las conoce “correlaciones espurias” (Hernández Sampieri et al., 2014, p.95), la cual es cuando dos o más variables aparentan estar correlacionada pero en realidad no es así porque la explicación no solo es parcial sino errónea.

De las bases de datos secundarias obtenidas se buscará correlacionar el comportamiento de los registros de DPI de empresas nacionales y extranjeras en la SENADI de tal forma que se puedan observar similitudes o diferencias en el comportamiento de dichos registros. Mucho más cuando, como país hemos firmado un tratado comercial que tiene como función crear un marco comercial para expandir nuestros bienes y servicios con valor agregado a la comunidad de la Unión Europea de modo que se genere competitividad.

2.2.4 Hipótesis

La hipótesis surge del planteamiento del problema y del marco teórico y se necesita de constructos hipotético (variables) para poder medir u observarse y adquirir valor a la investigación científica (Hernández Sampieri et al., 2014). Existen diferentes formas de

clasificar las hipótesis: (a) de investigación o de trabajo, (b) nulas, (c) alternativas y (d) estadísticas.

2.2.4.1 Hipótesis de investigación

Un hipótesis de investigación es un proposición tentativa acerca de las posibles relaciones entre dos o más variables (Babbie, 2014; Martin y Bridgmon, 2012; Kalaian y Kasim, 2004b); estas hipótesis pueden ser: (a) descriptivas de un valor o dato pronosticado, (b) correlacionales, (c) de diferencia de grupos y (d) casuales (Hernández Sampieri et al., 2014).

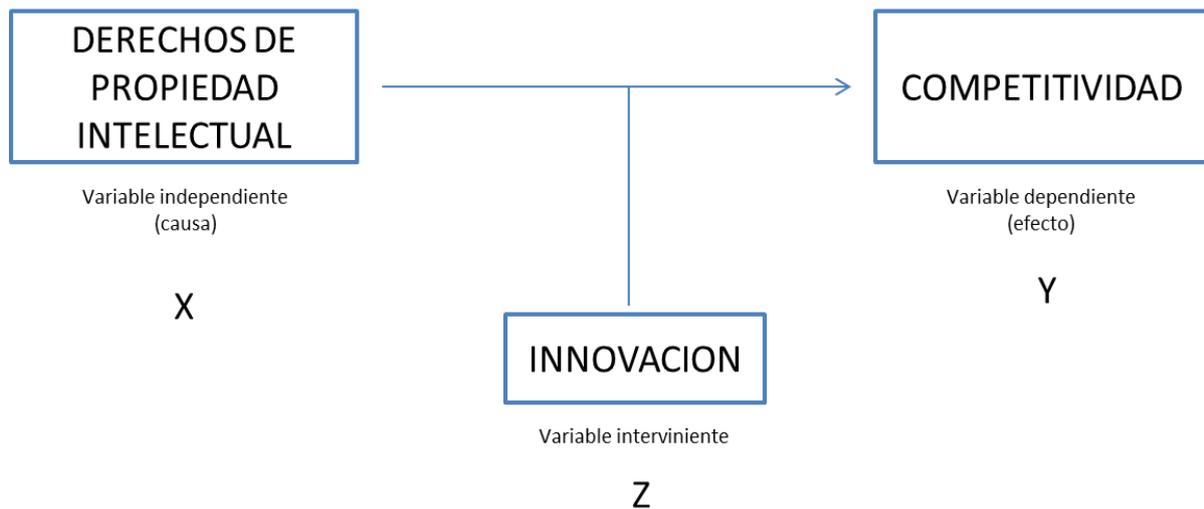
2.2.4.1.1 Hipótesis de causalidad

Especifican no solo la o las relaciones entre dos o más variables y la manera de cómo se manifiestan, sino que plantean un sentido de entendimiento al vínculo entre ellas, esto dependerá del número de variables que se utilicen para establecer relaciones de causa-efecto afín de que pueda ser, más o menos, completo (Hernández Sampieri et al., 2014). La correlación y la casualidad son conceptos parecidos pero diferentes, si dos variables están correlacionadas no siempre quiere decir que será causa de la otra, es decir, que muchas veces no siempre existe sentido ni casualidad en todas las correlaciones planteadas; para establecer casualidad, se debe comenzar demostrando correlación, pero además que la causa ocurra antes que el efecto, del mismo modo, cualquier cambio en la causa debe repercutir también en el efecto. Existen dos tipos de hipótesis casuales: (a) las hipótesis casuales bivariadas y (b) las hipótesis casuales multivariadas.

2.2.4.1.1.1 Hipótesis casuales multivariadas

Proponen una relación entre diversas variables independientes y una dependiente, una independiente y varias dependientes o diversas variables independientes y varias dependientes (Hernández Sampieri et al., 2014). También las hipótesis multivariadas pueden

proponer otro tipo de relaciones causales, en las ciertas variables intervienen y modifican la relación, conocidas también como variables intervinientes (Hernández Sampieri et al., 2014). En la figura 10 se muestra la relación de la variable independiente, interviniente y la dependiente del modelo teórico.



10. Hipótesis casual multivariedad de la investigación basados del modelo teórico. Elaborado por autor.

Es por esa razón que la hipótesis que se generó fue la siguiente:

P1: Existe una incidencia de los DPI en la competitividad

P2: La innovación condiciona la relación entre los DPI y la competitividad.

H: Existe una incidencia de los DPI en la competitividad, siempre que dichos derechos representen innovación

El presente estudio parte del marco teórico propuesto en la figura 6, no obstante, debido a la falta de datos duros que permitan la corroboración de la hipótesis se buscó en esta investigación determinar los indicadores que permitan evaluar la relación de las variables planteadas, o al mismo tiempo identificar otras posibles variables que modifiquen la relación

propuesta en el marco teórico, es decir se pretendió, se estructuró o se afinó paulatinamente conforme se recogieron los datos debido a las circunstancias del estudio una hipótesis emergente a partir de los resultados de la investigación. Por ejemplo, como datos duros no se encontró que tipos de empresas por tamaño registran patentes, ni que países de la Unión europea registran en el Ecuador, asimismo, porcentajes de ingresos o egresos por dpi, todo esto se debe principalmente porque el acuerdo tiene poco tiempo de vigencia, por lo que no se puede plantear o corroborar cuantitativamente la hipótesis inicial plantada. La literatura plantea un efecto positivo de los derechos de propiedad intelectual en la competitividad sin embargo, lo que se pudo identificar es que el efecto que se planteó al inicio era contrario, lo que finalmente prueba que la hipótesis que se planteó como positiva, se podría emergentemente, transformar en un efecto negativo en la realidad ecuatoriana a partir del Acuerdo Multipartes donde se identifica que, a través de las bases secundarias que existe una mayor facilidad de parte de las empresas extranjeras, en proteger sus derechos en Ecuador, esto podría causar un mayor número de registros de DPI extranjeros que nacionales, por lo tanto los DPI podrían restar competitividad a las empresas nacionales, frente a las europeas.

Se propone la siguiente hipótesis emergente para países con economías en vías de desarrollo:

Los DPI condicionados a la innovación favorecen en la competitividad de las empresas más competitivas.

2.2.4.1.1.1 Definición conceptual o constitutiva

1. Definiciones de las variables Parte 1 de 2. Elaborado por Autor

Variable	Definición conceptual
Derechos de Propiedad Intelectual	<p>Conjunto de derechos exclusivos (ej. explotación, divulgación, reproducción y difusión) que tiene un persona o una empresa, producto del esfuerzo, tiempo y dinero, sobre su obra o creación inédita, sea de tipo derecho de autor o industrial durante un tiempo limitado sin la preocupación de la competencia (Bermuda, 2009; Business Dictionary, 2018; Dubái Customs, 2018; Núñez Montenegro, 2014; OECD, 2005b; Omatos Soria, 2018; WIPO, 2008b; WIPO, 2017d).</p>
Innovación	<p>Es la mejora de un nuevo producto, modo de producción o proceso y su lanzamiento al mercado por parte de la empresa, al acceso a nuevas fuentes de suministros y el establecimiento de un nuevo sistema en un mercado (Schumpeter, 1912).</p> <p>La innovación se entiende al proceso evolutivo de un producto desde la idea hasta el lanzamiento o introducción de un producto al mercado (Kalanje, 2019).</p> <p>La innovación puede verse como un proceso interactivo y de retroalimentación que va tomando forma por las diferentes etapas del desarrollo de un producto (WIPO Magazine, 2005 a)</p> <p>Principal actor estratégico que han afectado positivamente a los cambios en los mercados tecnológicos y es considerada un requisito sine qua non para tener capacidad o ventaja competitiva (Rodríguez López, 1999).</p> <p>La innovación fomenta a la empresa a entrar a los nuevos mercados, renovarse dentro de la misma donde se encuentre presente e inspeccionar nuevas posibilidades (Cho y Pucik, 2005; Garud y Nayyar, 1994; Hughes y Morgan, 2007; Hult y Ketchen, 2001).</p>

2. Definiciones de las variables Parte 2 de 2. Elaborado por Autor

Variable	Definición conceptual
Competitividad	La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar, la empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones (Sánchez Castro et al., 2009; Porter, 1990).
	La competitividad reposa en la innovación porque cuando se lanzan y se distribuye una nueva técnica, un nuevo producto, proceso de producción o cualquier nuevo proceso en sí, que al final van a ser objeto de divulgación, crean un valor agregado para poder competir ante los futuros rivales (Núñez, 2011).
	Uno de los caminos claves para que las empresas adquieran ventajas competitivas es mantenerse y crecer, además, tener la voluntad o vocación de innovar (Deshpandé y Farley, 2000; Hult M., Hurley y Knight, 2004; Jordán Sánchez, 2011; Nieto y Quevedo, 2005).
	La competitividad también buscar establecer vías para impulsar empresas nacionales más competitivas que, a través de la generación de empleo mejor pagado y permanente, ayuden de alguna manera a incrementar los niveles de vida (Solleiro y Castañón, 2004).

2.2.5 Operacionalidad de las variables

3. Instrumento de Operación para el tratamiento de las variables. Elaborado por Autor.

Listados de Variables	Definición operacional de la variables o dimensiones
Derechos de Propiedad Intelectual	Base de datos de la SENADI/IEPI
Innovación	Autoreporte (cuestionario)
Competitividad	Autoreporte (cuestionario)

2.2.6 Diseño de investigación

Se llama diseño al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder las preguntas de investigación y cumplir con los objetivos fijados (Wentz, 2014; McLaren, 2014; Hernández Sampieri et al., 2014; Kalaian, 2008a). Cuando se establecen y formulan hipótesis, los diseños sirven también para someterlas a pruebas (Hernández Sampieri et al., 2014). Para analiza las respuestas y sus implicaciones de debe elegir la estrategia apropiada dependiendo de la prioridad o peso del estudio y la secuencia o tiempos de los métodos de estudio.

2.2.6.1 Prioridad o peso

Se refiere a la identificación de cuál de los dos métodos tendrá mayor peso en el estudio, o caso contrario, darle el mismo peso a ambas metodologías CUAL-CUAN (Hernández Sampieri et al., 2014). La siguiente investigación tendrá más peso en el enfoque cualitativo porque se pretende mostrar los motivos, circunstancias, factores reales del porque empresas extranjeras registran más patentes para crear competitividad en comparación a las empresas nacionales.

2.2.6.2 Ejecución concurrente

Este tipo de diseño, aplican ambos métodos de manera simultaneas (CUAL-CUAN), es decir, la recolección y el análisis se ejecutan más o menos en el mismo tiempo; además, este diseño por lo regular los datos cualitativos requieren de mayor tiempo para su obtención y análisis (Hernández Sampieri et al., 2014). Es decir, que la siguiente investigación se recolecto y se analizó ambas metodologías (CUAN-CUAL) de manera paralela. Una vez que se recolecto, se observó y se analizó las bases dura, se procedió a estructurar un cuestionario de opinión para corroborar comportamientos y contrastar con los datos analizados de las bases de datos.

2.2.6.2.1 Diseño Transformativo concurrente (DISTRAC)

Este diseño conjunta varios elementos de modelos mixtos; se recolectan datos cuantitativos y cualitativos en un mismo momento (concurrente) y puede darse o no mayor peso a uno u otro método, por lo tanto, la recolección y el análisis (al igual que el diseño transformativo secuencial) son guiados por una teoría, visión, ideología o perspectiva, incluso un diseño cuantitativo o cualitativo (Hernández Sampieri et al., 2014). Esta estructura teórica o metodológica se refleja desde el planteamiento del problema y se convierte en el fundamento de las elecciones que tome el investigador respecto al diseño mixto, las fuentes de datos y el análisis, interpretación y reporte de los resultados; por tanto, sus fortalezas y debilidades son las mismas que las del diseño de triangulación o el diseño anidado (Hernández Sampieri et al., 2014). Es decir, tanto la recolección y el análisis de ambas metodologías CUAN-CUAL, se trabajaron simultáneamente, asimismo, se basaron con relación a las bases teóricas.

Existen dos tipos de diseños: (a) experimental y el (b) no experimental. Se utilizó un diseño no experimental porque tiene como objetivo la no manipulación deliberada de

variables, es decir, no se debe variar en forma intencional, las variables independientes para su efecto sobre otras variables (Hernández Sampieri et al., 2014). La investigación no experimental es sistemática y empírica donde las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, es decir, no se tienen un control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron al igual que sus efectos. (Hernández Sampieri et al., 2014) se subdivide en: (a) diseños transversales o transaccionales y (b) diseños longitudinales. En este caso es no experimental transversal porque la recolección de los datos se recogió en un momento de tiempo para relacionar las variables pero al final no se corroboró la relación de los datos secundarios, pero a través de las entrevistas semiestructuradas, como un proceso cualitativo, se buscó observar e identificar los motivos, factores, perspectivas, experiencias y opiniones por el cual ocurren ciertos comportamientos o eventos relacionados con los DPI, la innovación y la competitividad.

2.2.7 Estudios de Casos

Son considerados por algunos autores como una clase de diseño, a la par de los experimentales, no experimentales y cualitativos (Aaltios & Heilmann, 2009; Creswell, 2013; Díaz de Salas, Mendoza-Martínez, & Porrás Morales, 2011; Hancock & Algozzine, 2011; Hernández Sampieri et al., 2014); también ha sido tratado como un asunto de muestreo o un método (Runeson, Höst, Rainer, & Regnell, 2012). Dentro de estos estudios se poseen propios procedimientos y clases de diseño; del modo que se define como “estudios que al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta analizan profundamente una unidad holística para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar alguna teoría” (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008, p.). Por otro lado, los estudios de caso utilizan la experimentación o se fundamentan en un diseño no experimental (transversal y longitudinal) y en ciertas situaciones en estudios cualitativos, asimismo, valerse por utilizar diferentes herramientas de investigación mixta (Hernández Sampieri et al., 2014).

2.2.8 Población y Muestra

2.2.8.1 Unidades de estudio

La muestra abarco la opinión de expertos: (a) empresas, (b) instituciones públicas, y (c) Academia. Por lo tanto, se utilizó la entrevista por que va dirigida a los casos disponibles a los cuales tenemos acceso: (a) gerentes de empresas, (b) funcionarios públicos como el Ministerio de Industrias y Productividad/Comercio Exterior, etc., y (c) a docentes de academias. En el proceso de investigación descriptiva se analizaron los registros de propiedad intelectual publicados por el SENADI/IEPI durante el periodo comprendido del 2015 al 2018, los cuales indican que 65.869 solicitudes de propiedad industrial fueron ingresadas, representando un 100%, dentro de los derechos industriales encontramos, un total de 2.642 solicitudes de protección de inventos fueron ingresadas, que representan un 100%, y un total de 15.992 certificados de derechos de autor fueron entregados, que representa un 100%.

2.2.9 Recogida de datos

La secuencia o tiempo para la recolección de información se lo hará a través de un proceso de ejecución concurrente de forma simultánea. Tal como hemos explicado en el planteamiento del problema y en el tipo de diseño mixto DISTRAC, se recolecto tres bases de datos publicados en *Tableau Public* (sitio web interactivo) por Servicio Nacional de Derechos Intelectuales: (a) Estadísticas de solicitudes presentada de la Unidad Gestión de Patentes y (b) Estadísticas de solicitudes presentada de Propiedad Industrial y (c) Estadísticas de certificados entregado de derechos de autor y derechos conexos. Se observó y se analizó los datos durante los periodos 2015 hasta el 2018, el análisis en general mostro ciertos resultados e interpretaciones que sirvieron para estructurar un cuestionario con 19 preguntas abiertas para recolectar información con respecto de las variables planteadas; esa información se corrobora por medio de las entrevista hacia varios grupos de personas, entre ellas, a los casos

disponibles a los cuales tenemos acceso: (a) gerentes de empresas, (b) funcionario público como el Ministerio de Comercio Exterior/ Industrias y Productividad y (c) a docentes de diferentes academias porque con sus conocimientos y/ o experiencias sobre el tema tratado me permitirá identificar como y porque existe un menor patentamiento (bajo diferentes tipos de Propiedad Intelectual) del sector empresarial ecuatoriano frente al sector empresarial europeo.

Capítulo 3

3.1 Recolección y Análisis de los datos estadísticos

En esta sección vamos a analizar y describir los datos secundarios publicados en *Tableau Public* por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. A continuación se describe la información de las 3 bases de datos recolectadas:

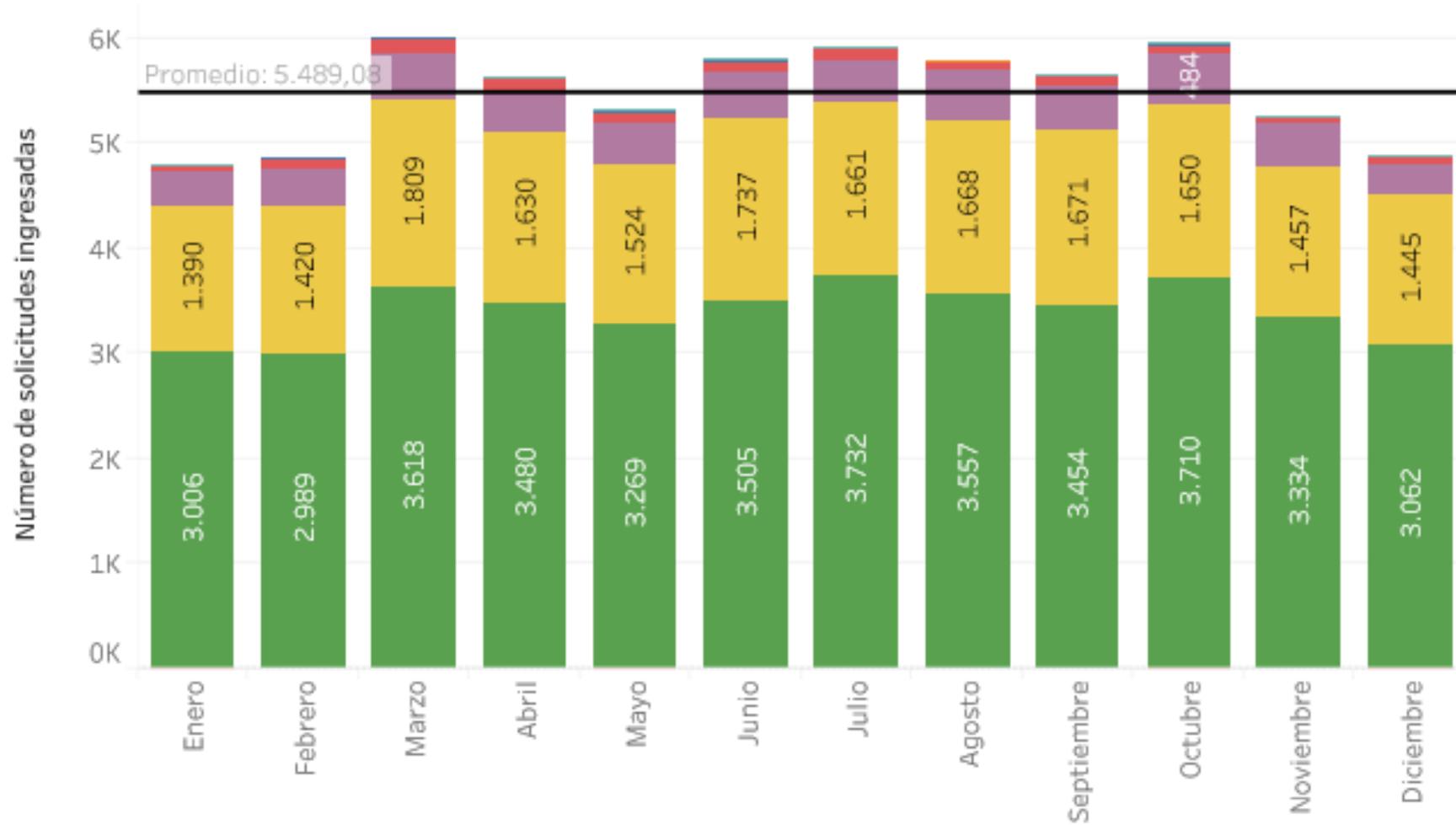
3.1.1 Estadísticas de solicitudes presentadas de Propiedad Industrial – Periodo 2015 al 2018

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORÍGEN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL	Total general
Enero	5		2	2	68	3.006	1.390	336	4.809
Febrero	5				104	2.989	1.420	355	4.873
Marzo	6				139	3.618	1.809	435	6.007
Abril	1			1	106	3.480	1.630	401	5.619
Mayo	6		2	2	113	3.269	1.524	394	5.310
Junio	1			4	120	3.505	1.737	437	5.804
Julio	5	1		3	110	3.732	1.661	406	5.918
Agosto	4	3			93	3.557	1.668	462	5.787
Septiembre	7			3	95	3.454	1.671	419	5.649
Octubre	5		1	1	97	3.710	1.650	484	5.948
Noviembre	1	8		1	64	3.334	1.457	401	5.266
Diciembre	2		1	1	76	3.062	1.445	292	4.879
Total gener..	48	12	6	18	1.185	40.716	19.062	4.822	65.869

13. Total de solicitudes ingresadas 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORÍGEN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL
Enero	0,01%		0,00%	0,00%	0,10%	4,56%	2,11%	0,51%
Febrero	0,01%				0,16%	4,54%	2,16%	0,54%
Marzo	0,01%				0,21%	5,49%	2,75%	0,66%
Abril	0,00%			0,00%	0,16%	5,28%	2,47%	0,61%
Mayo	0,01%		0,00%	0,00%	0,17%	4,96%	2,31%	0,60%
Junio	0,00%			0,01%	0,18%	5,32%	2,64%	0,66%
Julio	0,01%	0,00%		0,00%	0,17%	5,67%	2,52%	0,62%
Agosto	0,01%	0,00%			0,14%	5,40%	2,53%	0,70%
Septiembre	0,01%			0,00%	0,14%	5,24%	2,54%	0,64%
Octubre	0,01%		0,00%	0,00%	0,15%	5,63%	2,50%	0,73%
Noviembre	0,00%	0,01%		0,00%	0,10%	5,06%	2,21%	0,61%
Diciembre	0,00%		0,00%	0,00%	0,12%	4,65%	2,19%	0,44%
Total general	0,07%	0,02%	0,01%	0,03%	1,80%	61,81%	28,94%	7,32%

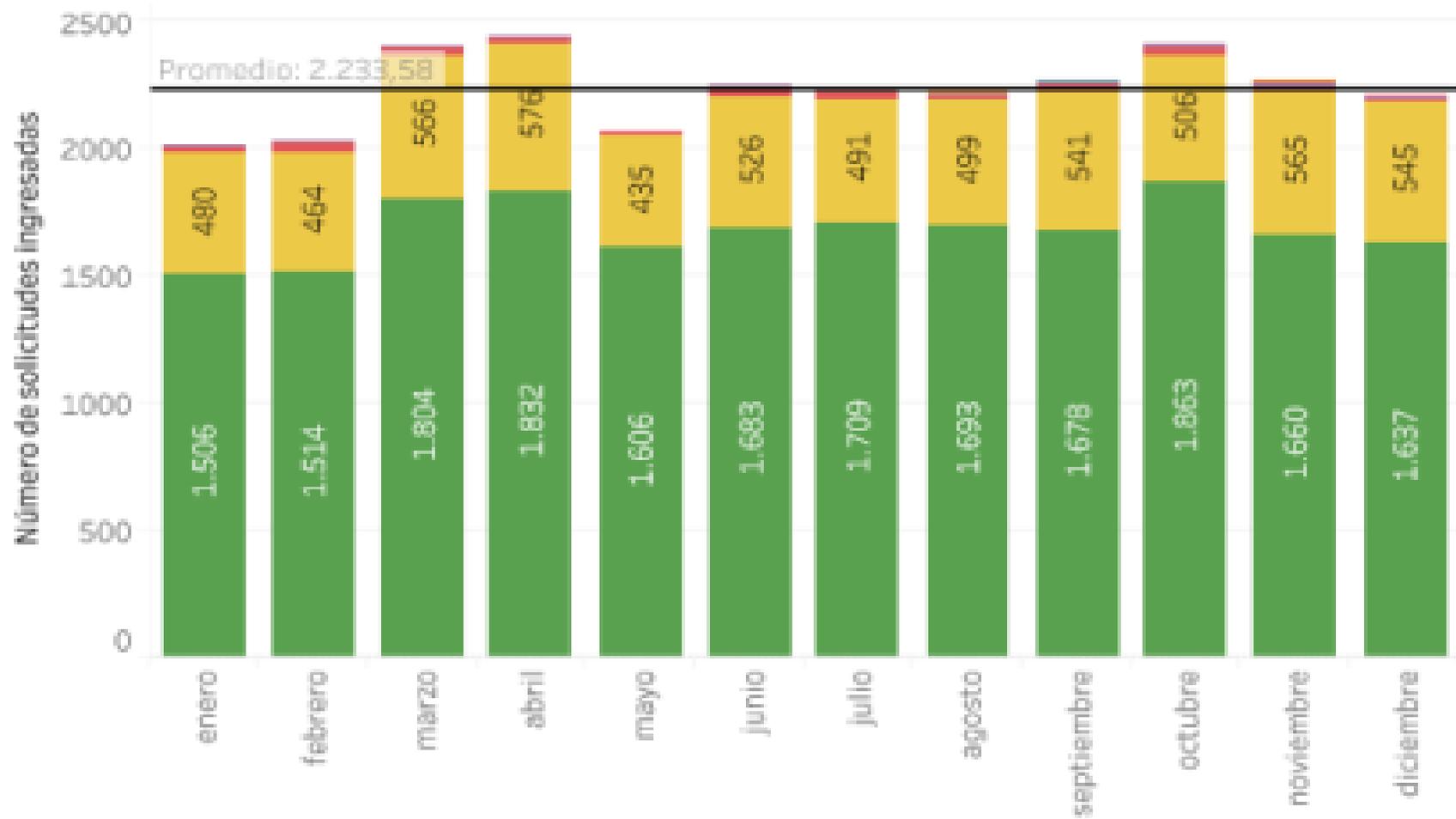
14. Porcentajes de solicitudes ingresadas 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



15. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico



16. Gráfico del Total de solicitudes ecuatorianas ingresadas entre 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico



17. Gráfico del Total de solicitudes extranjeras ingresadas entre 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Según como se observa en la siguiente figura 13 y 14, el total de solicitudes ingresadas durante los periodos 2015 al 2018, se registraron 65.869 tipos de propiedad industrial que representó un 7,32%, asimismo, se puede visualizar 8 categorías y cuantos registros fueron ingresados por periodo anual (enero – diciembre): (a) Apariencia distintiva, que anualmente representan un total de 48 solicitudes ingresadas, representando un 0.07%, (b) Denominación de Origen, que anualmente representan un total de 12 solicitudes ingresadas, representando un 0.02%, (c) Marca colectiva, que anualmente representan un total de 6 solicitudes ingresadas, representando un 0.01%, (d) Marca de certificación, que anualmente representan un total de 18 solicitudes ingresadas, representando un 0.03%, (e) Lema Comercial, que anualmente representan un total de 1.185 solicitudes ingresadas, representando un 1.80%, (f) Marca de Producto, que anualmente representan un total de 40.716 solicitudes patentes ingresadas, representando un 61,81%, (g) Marca de servicio, que anualmente representan un total de 19.062 solicitudes ingresadas, representando un 28.94%, (h), nombre comercial, que anualmente representan un total de 4.822 solicitudes ingresadas, representando un 7.32%. El Promedio total es de 5.489,08 solicitudes ingresadas durante los periodos del 2015 al 2018. En la figura 15 se muestra los totales de solicitudes ingresadas por mes durante el periodo 2015 al 2018, en el análisis por años se explica más detallado cada resultado.

Como lo muestra la figura 13 y 14 los tipos de derecho industrial más ingresados y predominantes son (a) Marca de producto, (b) de servicio y (c) Nombre comercial, representado un 12,3%. Sin embargo, no todos esos registros provienen de Ecuador, describiendo los últimos tres tipos de derecho industrial más registradas (Figuras 15, 16 y 17), tenemos que 20.531 solicitudes para marca de producto que fueron ingresadas son nacionales y 20.185 solicitudes son extranjeras, sumando un total de 40.716 solicitudes de los

periodos 2015 al 2018, y donde más solicitudes se ingresan es en el 3 trimestre del año (Julio a Septiembre). En marca de servicios, tenemos un que 12.868 de las ingresadas son nacionales y 6.194 solicitudes son extranjeras, sumando un total de 19.062 solicitudes de los periodos 2015 al 2018, y donde más solicitudes se ingresaron fue en el 3 trimestre del año (Julio a Septiembre). Finalmente, en los nombres comerciales, tenemos un que 4.703 de las ingresadas son nacionales y 119 solicitudes son extranjeras, sumando un total de 4.822 solicitudes de los periodos 2015 al 2018, y donde más solicitudes se ingresaron fue en el 3 trimestre del año (Julio a Septiembre).

3.1.1.1 Análisis e descripción por años

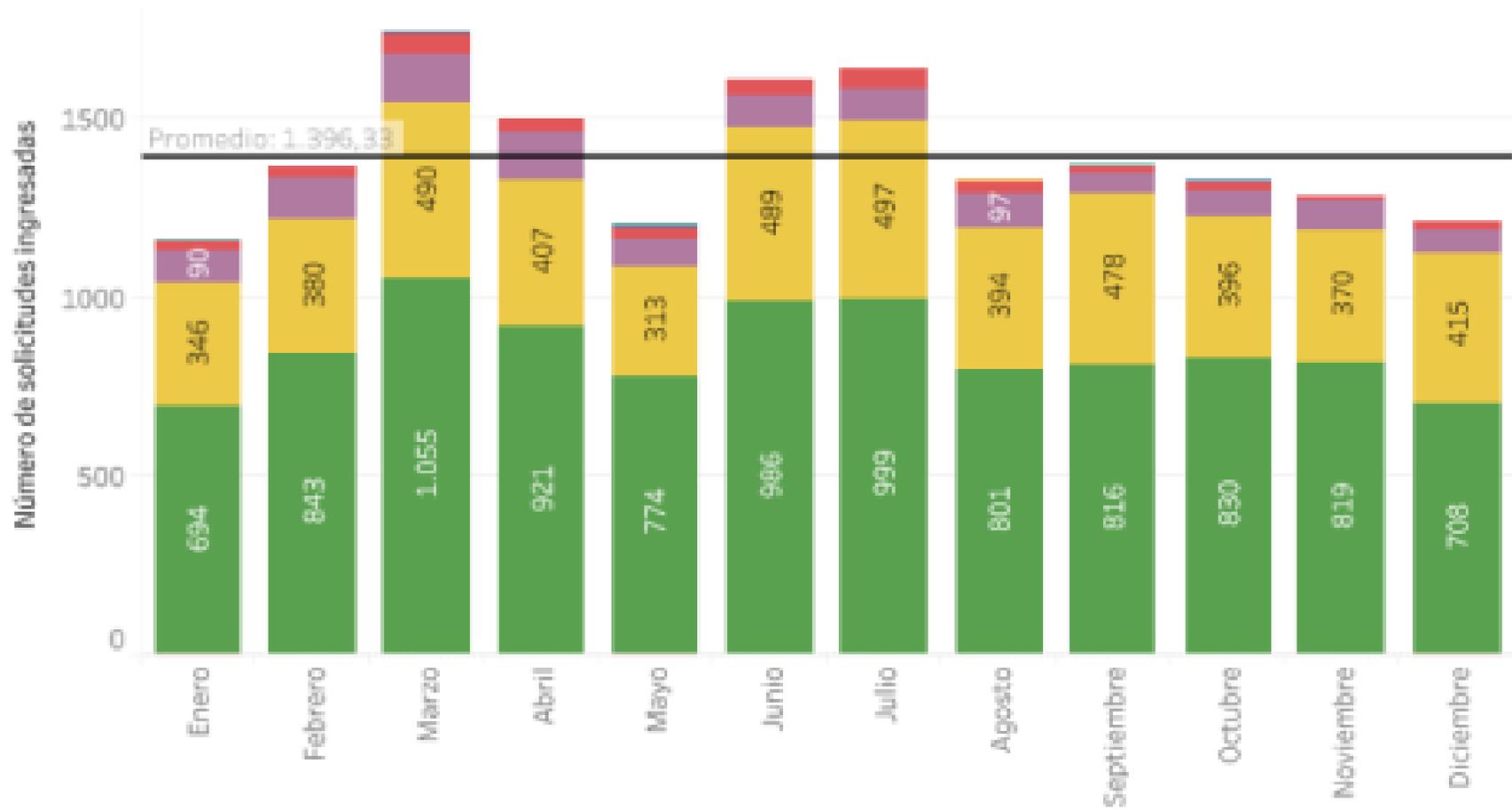
3.1.1.1.1 Año 2015

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORIGEN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL	Total general
Enero			1	1	28	694	346	90	1.160
Febrero					29	843	380	110	1.362
Marzo	4				56	1.055	490	138	1.743
Abril					43	921	407	131	1.502
Mayo	2		1	1	41	774	313	74	1.206
Junio					46	986	489	89	1.610
Julio					54	999	497	90	1.640
Agosto		2			34	801	394	97	1.328
Septiembre	2			2	23	816	478	55	1.376
Octubre	1				25	830	396	74	1.326
Noviembre					17	819	370	81	1.287
Diciembre			1		28	708	415	64	1.216
Total gener..	9	2	3	4	424	10.246	4.975	1.093	16.756

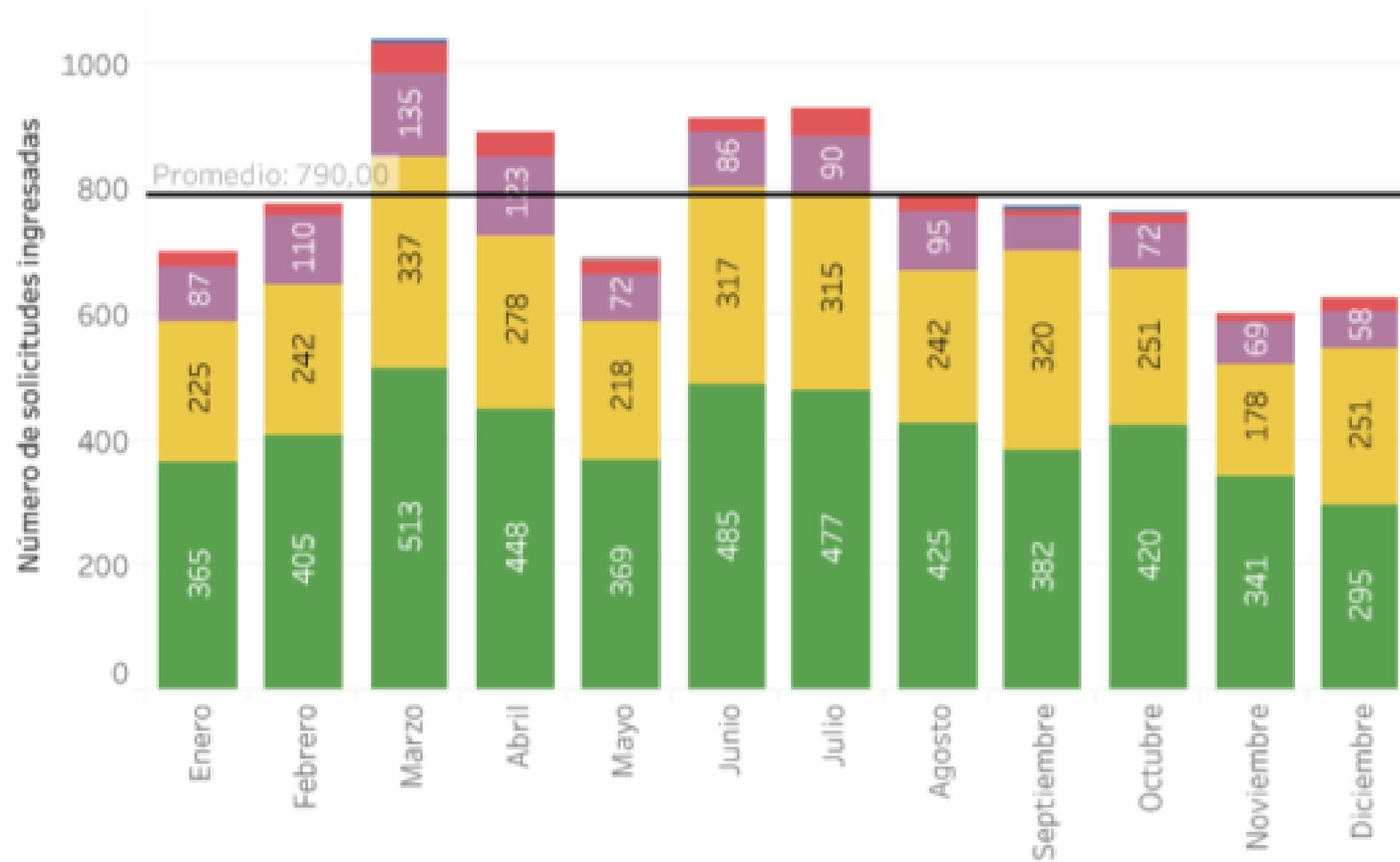
18. Total de solicitudes ingresadas periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORIGEN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL
Enero			0,01%	0,01%	0,17%	4,14%	2,06%	0,54%
Febrero					0,17%	5,03%	2,27%	0,66%
Marzo	0,02%				0,33%	6,30%	2,92%	0,82%
Abril					0,26%	5,50%	2,43%	0,78%
Mayo	0,01%		0,01%	0,01%	0,24%	4,62%	1,87%	0,44%
Junio					0,27%	5,88%	2,92%	0,53%
Julio					0,32%	5,96%	2,97%	0,54%
Agosto		0,01%			0,20%	4,78%	2,35%	0,58%
Septiembre	0,01%			0,01%	0,14%	4,87%	2,85%	0,33%
Octubre	0,01%				0,15%	4,95%	2,36%	0,44%
Noviembre					0,10%	4,89%	2,21%	0,48%
Diciembre			0,01%		0,17%	4,23%	2,48%	0,38%
Total general	0,05%	0,01%	0,02%	0,02%	2,53%	61,15%	29,69%	6,52%

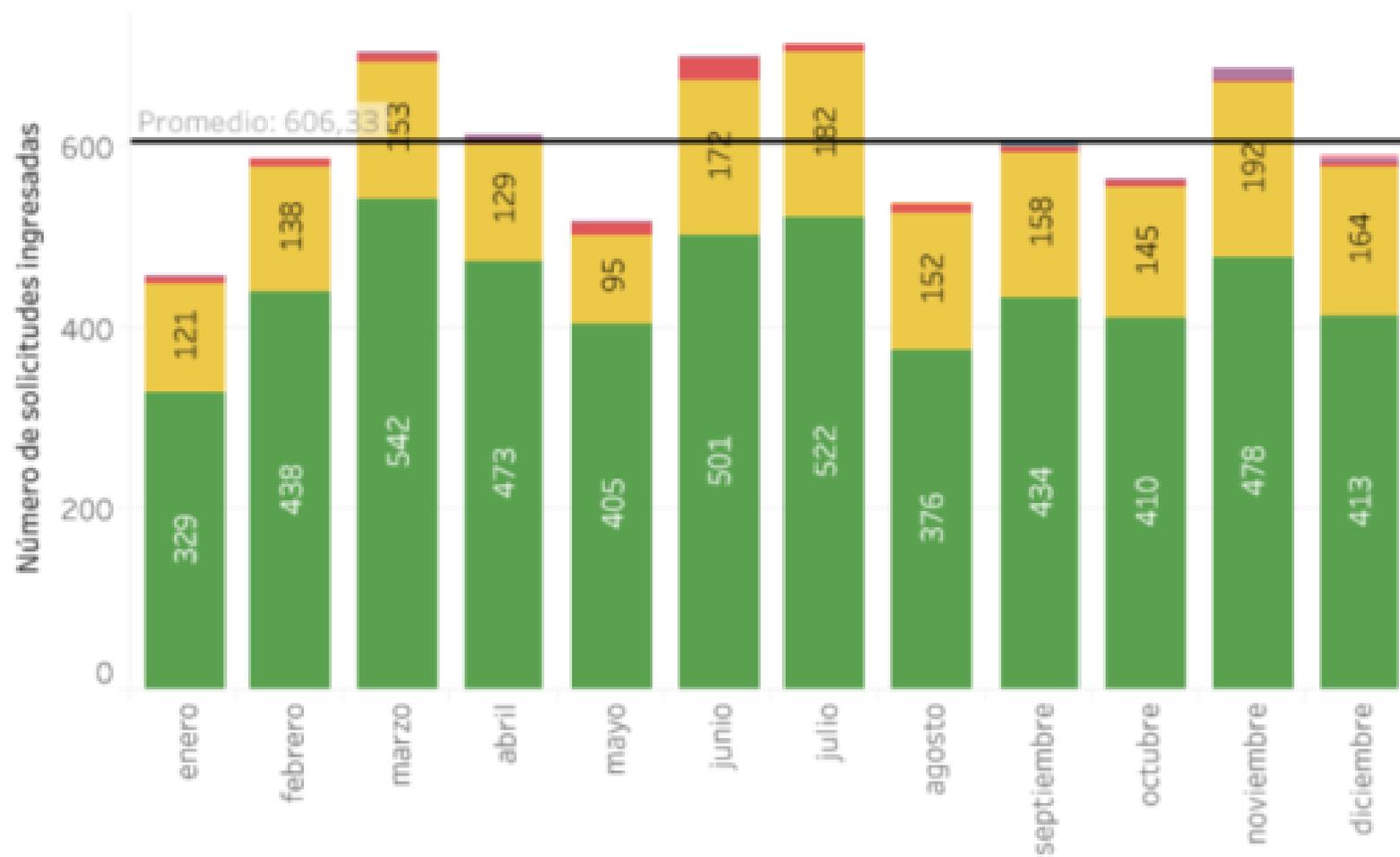
19. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



20. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



21. Gráfico del Total de solicitudes ecuatorianas ingresadas entre 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



22. Gráfico del Total de solicitudes extranjeras ingresadas entre 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

En este año, se ingresaron un total de 16.756 solicitudes. Utilizando las mismas etiquetas o categorías tenemos: (a) Apariencia distintiva, que anualmente representan un total de 9 solicitudes ingresadas, representando un 0.05%, (b) Denominación de Origen, que anualmente representan un total de 2 solicitudes ingresadas, representando un 0.01%, (c) Marca colectiva, que anualmente representan un total de 3 solicitudes ingresadas, representando un 0.02%, (d) Marca de certificación, que anualmente representan un total de 4 solicitudes ingresadas, representando un 0.03%, (e) Lema Comercial, que anualmente representan un total de 424 solicitudes ingresadas, representando un 2.53%, (f) Marca de Producto, que anualmente representan un total de 10.246 solicitudes ingresadas, representando un 61,15%, (g) Marca de servicio, que anualmente representan un total de 4.975 solicitudes ingresadas, representando un 29.69%, (h), nombre comercial, que anualmente representan un total de 1.093 solicitudes ingresadas, representando un 6.52%. El Promedio total es de 1.396,33 solicitudes ingresadas durante los periodos del 2015 al 2018.

Al igual que global, las solicitudes que se ingresan en gran cantidad son: (a) Marca de producto, (b) de servicio y (c) Nombre comercial, que representan un 97,36% (figuras 20 al 22). En marca de producto hay 4295 registrada nacional frente a 5.321 solicitudes extranjera, sumando se reporta un total 10.246 solicitudes ingresadas; el periodo donde se ingresan más solicitudes es en el 2do trimestre con 1302 solicitudes ingresadas durante el 2015. Para la marca de servicios hay 3.174 registrada nacional frente a 1.801 solicitudes extranjera, sumando se reporta un total 4.975 solicitudes ingresadas; el periodo donde se ingresan más solicitudes en el 3er trimestre con 877 solicitudes ingresadas durante el 2015. Y finalmente los nombre comerciales hay 1.051 registrada nacional frente a 42 solicitudes extranjera, sumando se reporta un total 1.093 solicitudes ingresadas; el periodo donde se ingresan más solicitudes en el 3er trimestre con 239 solicitudes ingresadas durante el 2015.

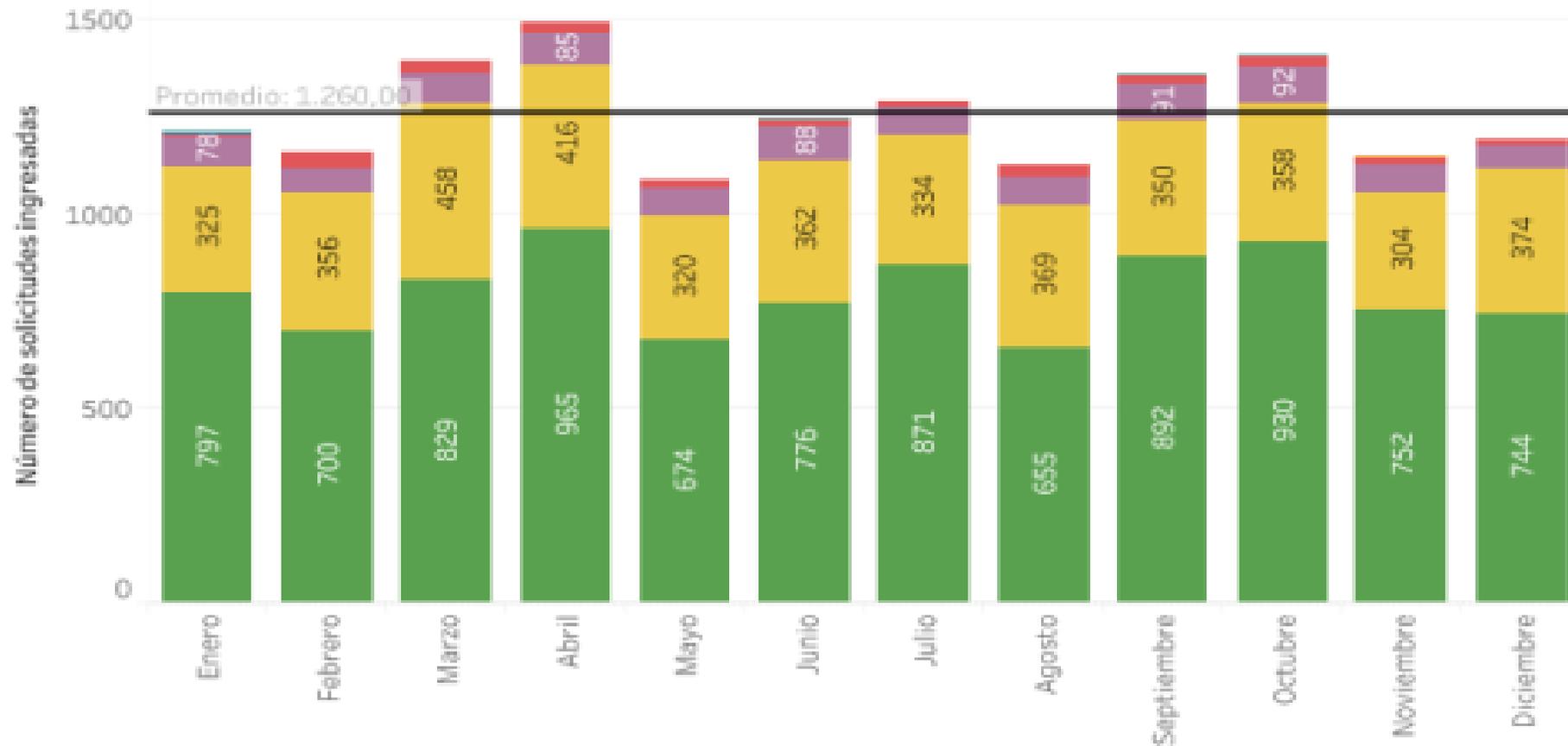
3.1.1.1.2 Año 2016

23. Total de solicitudes ingresadas periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

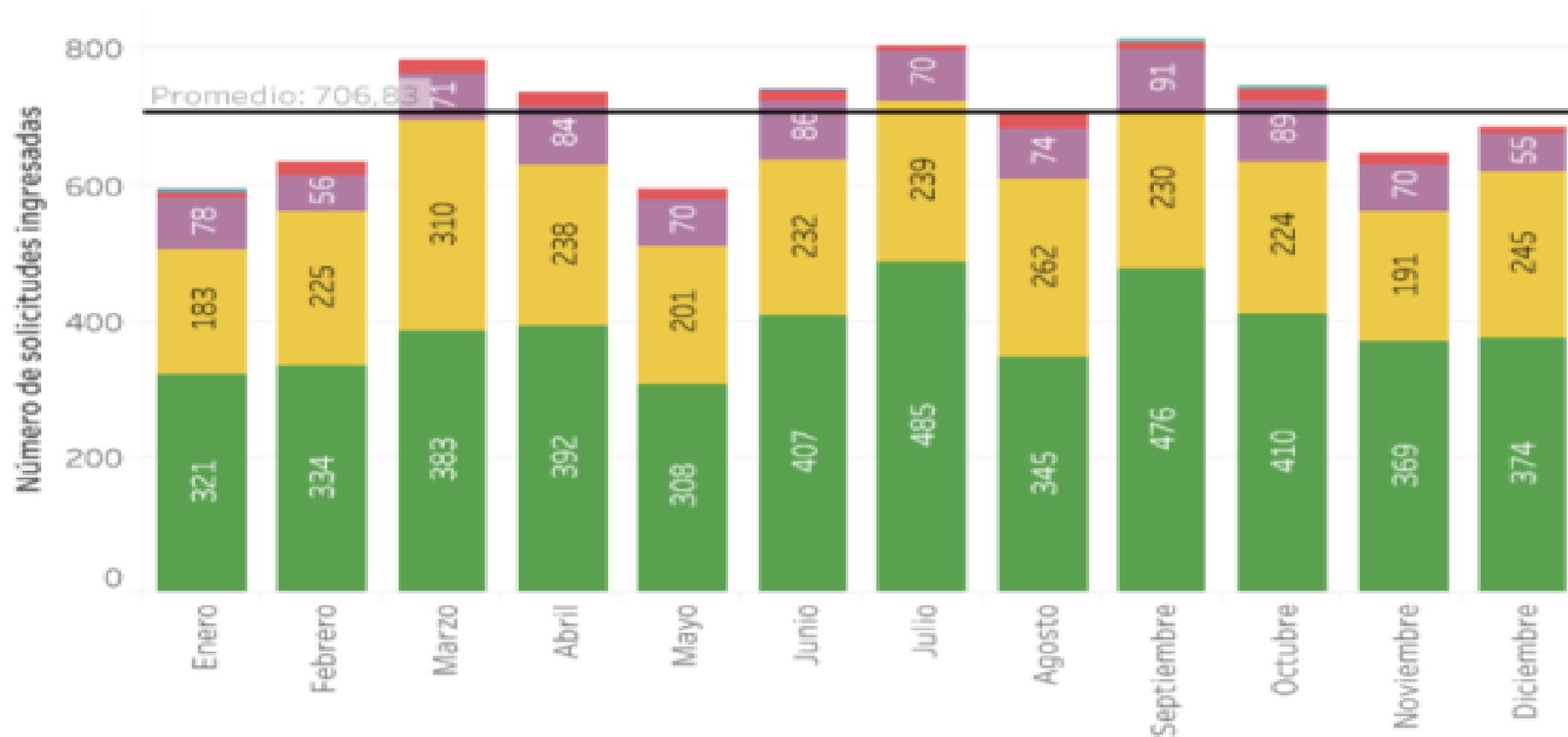
Mes	APARIENCIA A DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORIGIN	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL	Total general
Enero	2		1	9	797	325	78	1.212
Febrero				43	700	356	60	1.159
Marzo				30	829	458	75	1.392
Abril				27	965	416	85	1.493
Mayo				17	674	320	73	1.084
Junio	1		2	16	776	362	88	1.245
Julio				15	871	334	71	1.291
Agosto				30	655	369	75	1.129
Septiembre			1	30	892	350	91	1.364
Octubre			1	28	930	358	92	1.409
Noviembre		1		20	752	304	72	1.149
Diciembre				19	744	374	56	1.193
Total gener..	3	1	5	284	9.585	4.326	916	15.120

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORIGEN	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL
Enero	0,01%		0,01%	0,06%	5,27%	2,15%	0,52%
Febrero				0,28%	4,63%	2,35%	0,40%
Marzo				0,20%	5,48%	3,03%	0,50%
Abril				0,18%	6,38%	2,75%	0,56%
Mayo				0,11%	4,46%	2,12%	0,48%
Junio	0,01%		0,01%	0,11%	5,13%	2,39%	0,58%
Julio				0,10%	5,76%	2,21%	0,47%
Agosto				0,20%	4,33%	2,44%	0,50%
Septiembre			0,01%	0,20%	5,90%	2,31%	0,60%
Octubre			0,01%	0,19%	6,15%	2,37%	0,61%
Noviembre		0,01%		0,13%	4,97%	2,01%	0,48%
Diciembre				0,13%	4,92%	2,47%	0,37%
Total general	0,02%	0,01%	0,03%	1,88%	63,39%	28,61%	6,06%

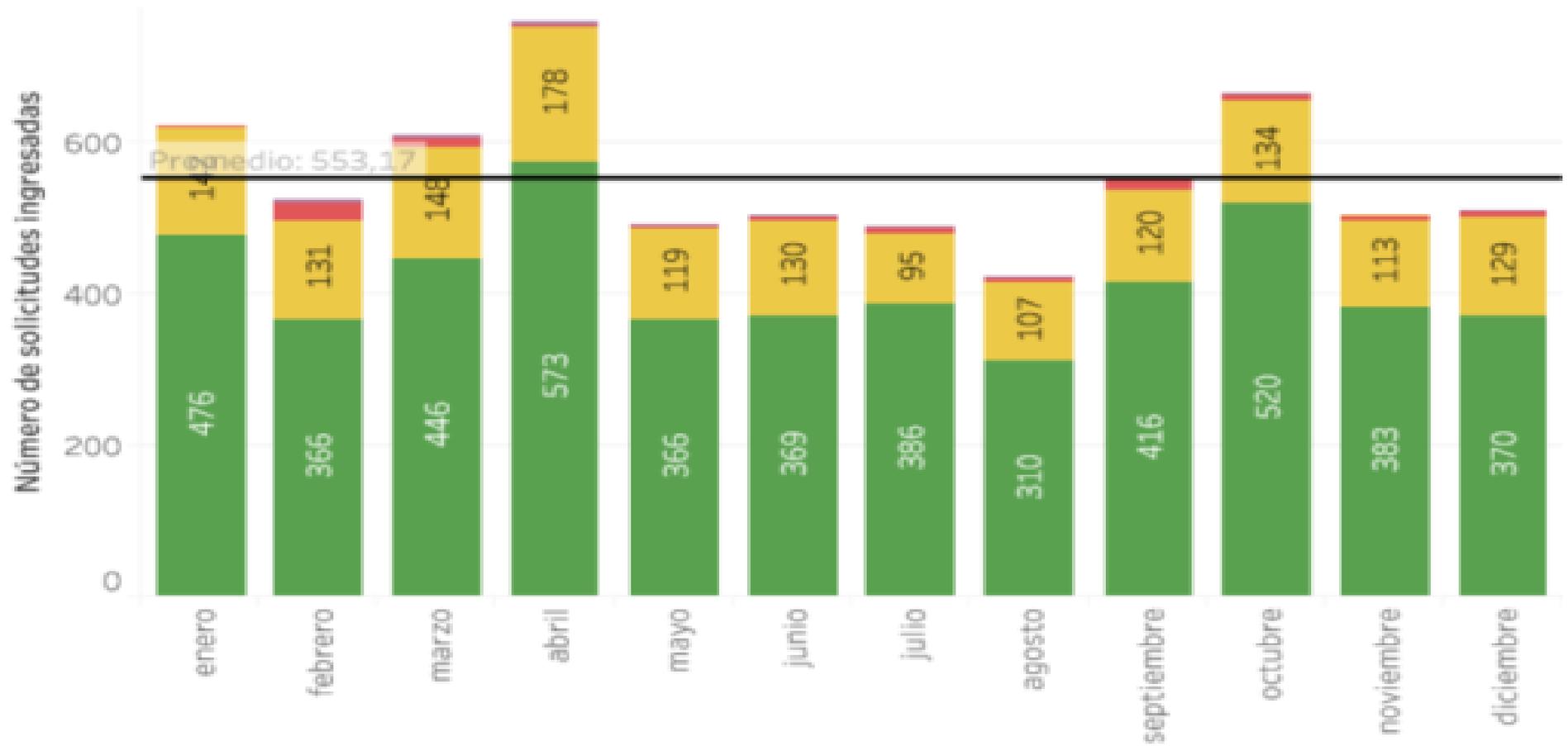
24. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



25. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



26. Gráfico del Total de solicitudes ecuatorianas ingresadas entre 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



27. Gráfico del Total de solicitudes extranjeras ingresadas entre 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como podemos ver, según muestran los datos en este año se ingresaron 15.120 solicitudes de las cuales: (a) 3 fueron de apariencia distintiva representó un 0.02%, (b) 1 de denominación de origen que represento 0.01% (c) 5 de marca de certificación que represento 0.03%, (d) 219 de lema comercial que represento un 1.88%, (e) 9.585 de marca de producto que representó 63,39%, (f) 4.326 de marca de servicios que representó 28,61%, (g) 916 de nombres comerciales que representó 6,06%, en este año no se ingresaron ninguna marca colectiva como se muestra en años anteriores. En promedio se ingresaron 1.260 solicitudes durante el 2016. Las más registradas son las mismas que el 2016, que representaron un 98,06%. En las figuras 25 al 27 podemos los totales y de donde derivan esos resultados; reportando sobre los 3 principales tenemos, en solicitudes de marca de productos registradas nacionalmente hubo 4.604 y solicitudes registradas del extranjero hubo 4.981, en total suman 9.585 solicitudes ingresadas de marca, y se repite la tendencia que durante el 3er trimestres suelen registrarse más solicitudes, por lo contrario en el 2do trimestres hubieron más registros del extranjero.

Por otro lado, hubo 2.780 solicitudes ingresados de marca de servicios nacionales y 1.546 extranjeras, que suman 4.326 solicitudes ingresadas durante el 2016, no vario su tendencia de registros siendo el 3er trimestre donde ocurrieron más registros nacionales y más registros en el 2do trimestre por los extranjeros. Finalmente, en nombres comerciales ingresados en el país hubo 894 solicitudes, y extranjeras solo 22 solicitudes, en total 916 de solicitudes registradas durante el 2016, en el 2do trimestre se ve más presente esta tendencia y en el 1er trimestres solicitudes extranjeras.

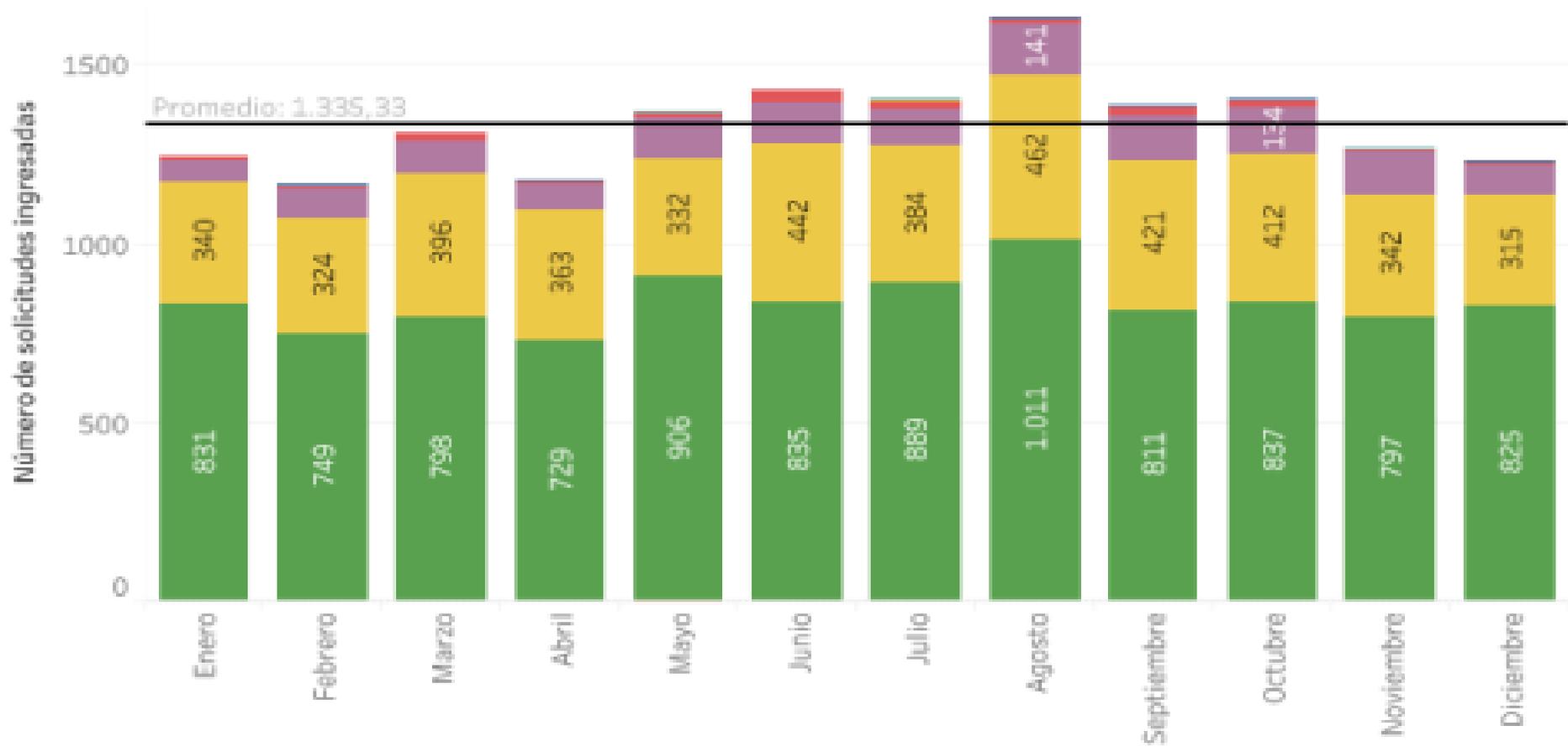
3.1.1.1.3 Año 2017

28. Total de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

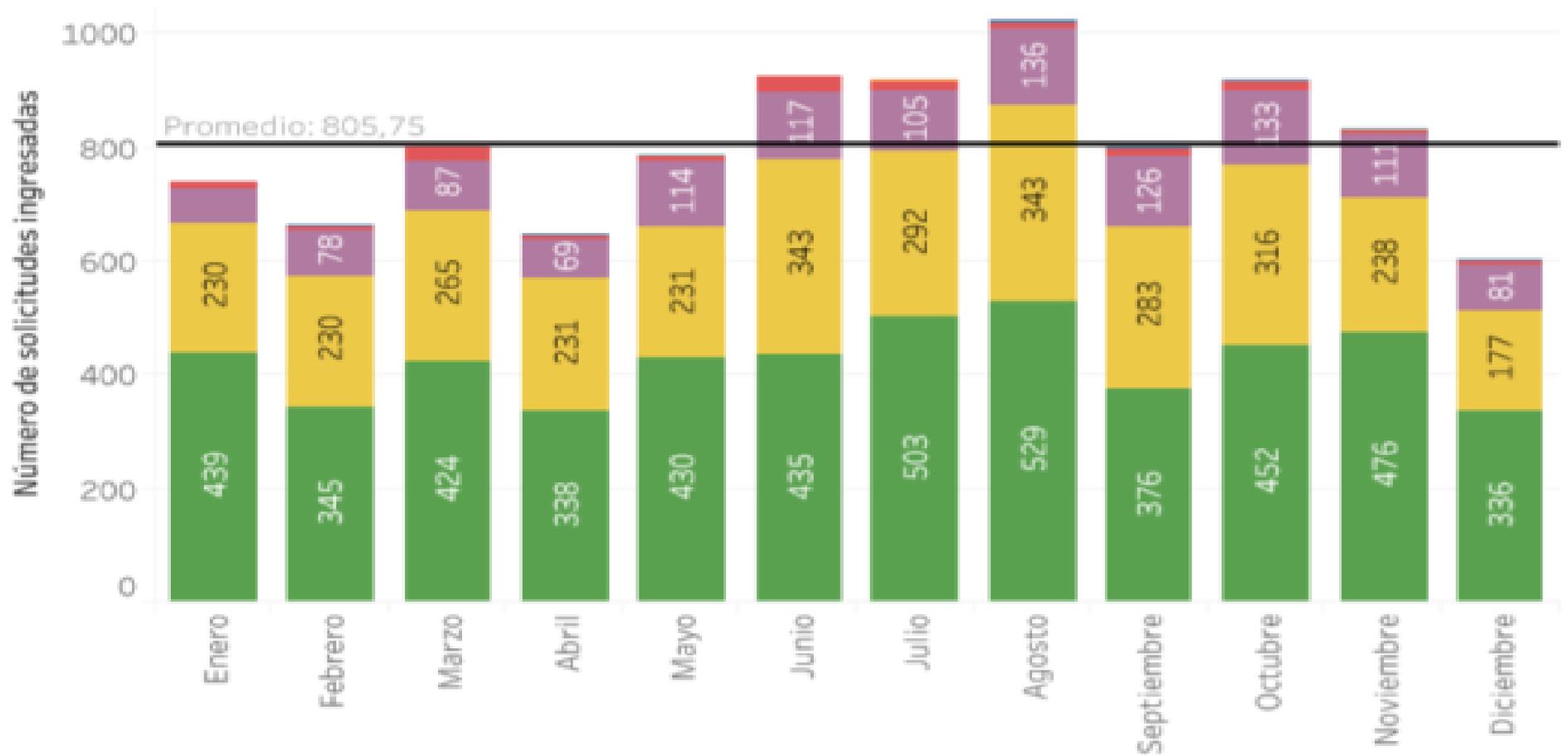
Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORIGIN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL	Total general
Enero					13	831	340	60	1.244
Febrero	1				14	749	324	80	1.168
Marzo					27	798	396	88	1.309
Abril	1				12	729	363	71	1.176
Mayo	1		1	1	12	906	332	114	1.367
Junio					34	835	442	117	1.428
Julio	3	1		3	18	889	384	107	1.405
Agosto	1				18	1.011	462	141	1.633
Septiembre	2				30	811	421	126	1.390
Octubre	3				21	837	412	134	1.407
Noviembre				1	11	797	342	114	1.265
Diciembre	1				9	825	315	82	1.232
Total gener..	13	1	1	5	219	10.018	4.533	1.234	16.024

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORIGIN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL
Enero					0,08%	5,19%	2,12%	0,37%
Febrero	0,01%				0,09%	4,67%	2,02%	0,50%
Marzo					0,17%	4,98%	2,47%	0,55%
Abril	0,01%				0,07%	4,55%	2,27%	0,44%
Mayo	0,01%		0,01%	0,01%	0,07%	5,65%	2,07%	0,71%
Junio					0,21%	5,21%	2,76%	0,73%
Julio	0,02%	0,01%		0,02%	0,11%	5,55%	2,40%	0,67%
Agosto	0,01%				0,11%	6,31%	2,88%	0,88%
Septiembre	0,01%				0,19%	5,06%	2,63%	0,79%
Octubre	0,02%				0,13%	5,22%	2,57%	0,84%
Noviembre				0,01%	0,07%	4,97%	2,13%	0,71%
Diciembre	0,01%				0,06%	5,15%	1,97%	0,51%
Total general	0,08%	0,01%	0,01%	0,03%	1,37%	62,52%	28,29%	7,70%

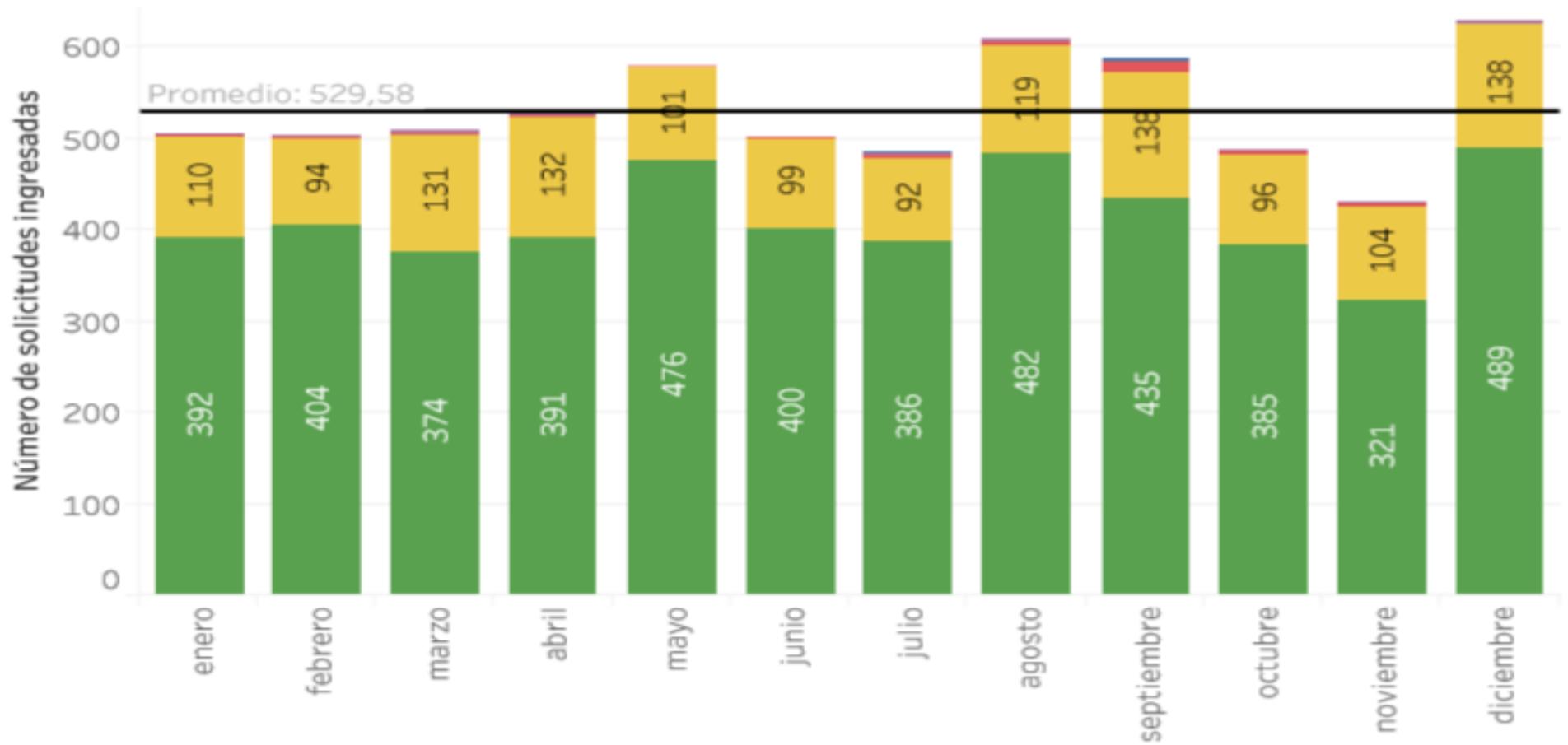
29. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



30. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico



31. Gráfico del Total de solicitudes ecuatorianas ingresadas entre 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



32. Gráfico del Total de solicitudes extranjeras ingresadas entre 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Según los siguientes datos publicados , en este periodo se registraron 16.024 solicitudes de las cuales (a) 13 fueron de apariencia distintiva representó un 0.08%, (b) 1 de denominación de origen que represento 0.01% (c) 5 de marca de certificación que represento 0,03%, (d) 219 de lema comercial que represento un 1.37%, (e) 10.018 de marca de producto que representó 62,52%, (f) 4.533 de marca de servicios que representó 28,29%, (g) 1.234 de nombres comerciales que representó 7,70%, (h)1 marca colectiva que represento 0.01%. En promedio se ingresaron 1.335,33 solicitudes durante el 2017. Las más registradas son las mismas que el 2017, que representaron un 98,51%. Las tres más predominantes siguen siendo las mismas, en las figuras 30 al 32 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; reportando sobre los 3 principales tenemos, en marca de productos 5.083 fueron solicitudes ecuatorianas y 4.935 fueron solicitudes extranjeras, en total sumaron 10.018 solicitudes ingresadas en el 2017, la tendencia se repite que al año anterior, siendo el 3er trimestre donde más de ingresan solicitudes y por el lado extranjero también en el mismo periodo de tiempo (3er trimestre).

Por el lado de marca de producto, 3.179 fueron ecuatorianas y 1.354 fueron solicitudes extranjeras, sumando un total de 4.533 solicitudes ingresadas en el 2017, la tendencia de mayor registro tanto para las nacionales y extranjeras son más frecuentes en el 3er trimestre. Finalmente, 1.216 solicitudes de nombres comerciales fueron ecuatorianas y 18 fueron extranjeras, sumando un total de 1234 solicitudes ingresadas en el periodo 2017. La tendencia se mantiene que las anteriores, durante el 3er trimestre del año se ingresan mayormente solicitudes.

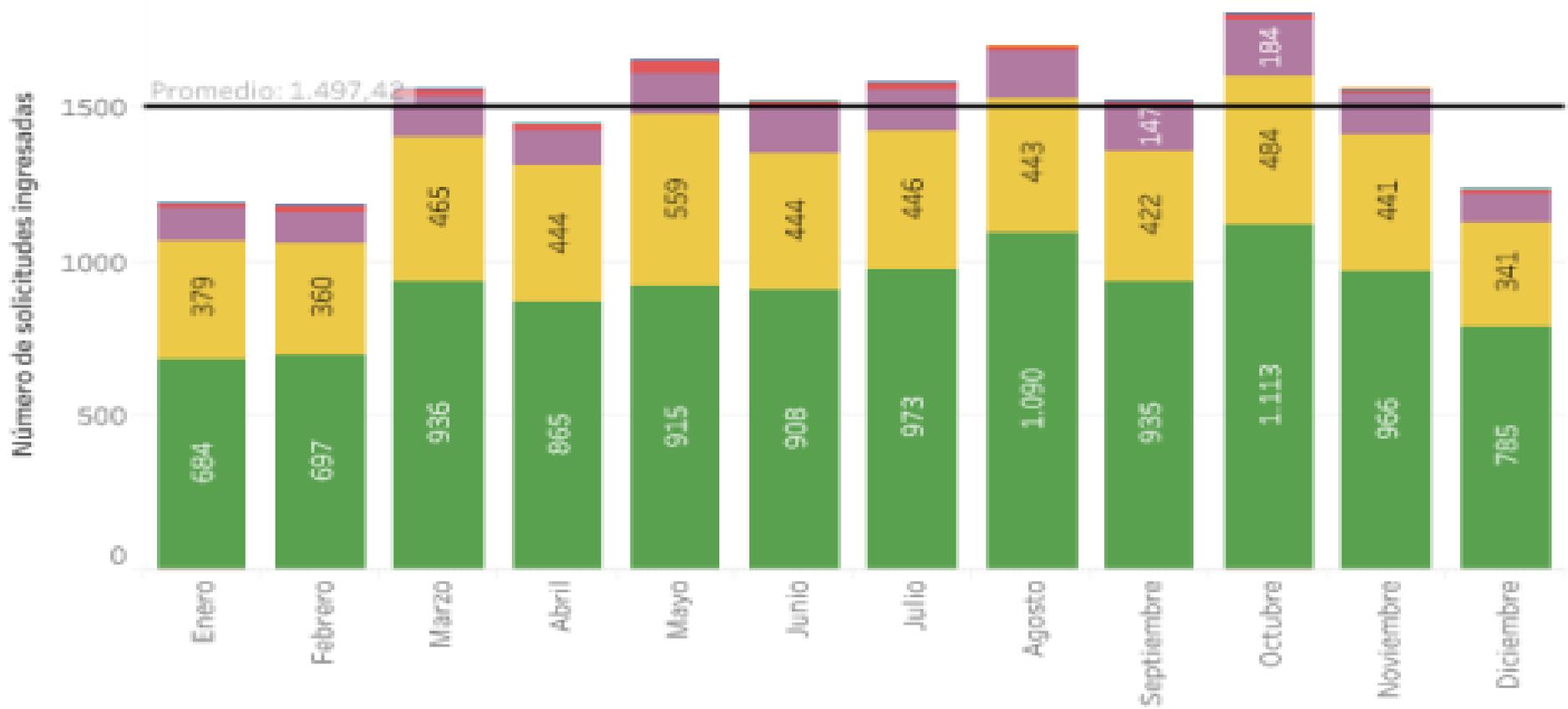
3.1.1.1.4 Año 2018

33. Total de solicitudes ingresadas periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

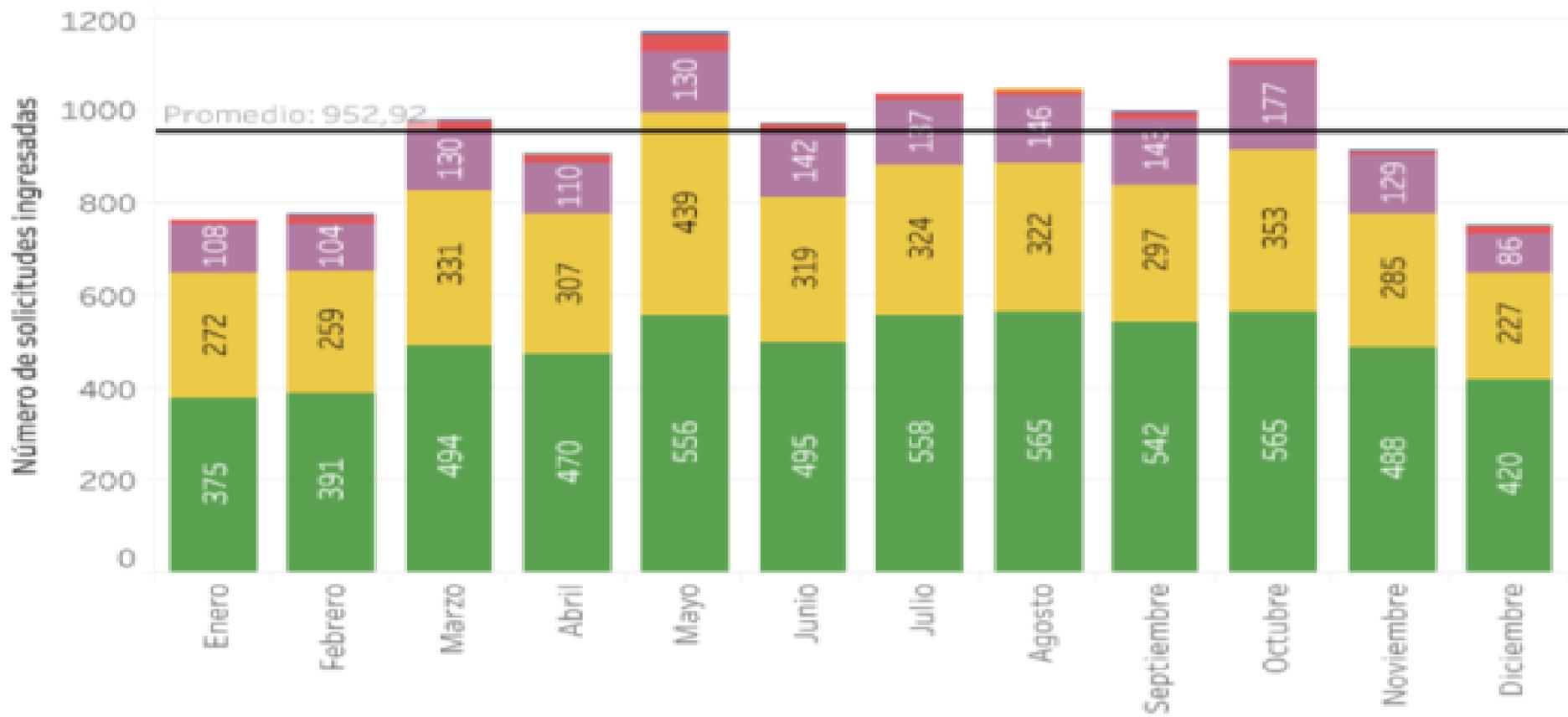
Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORÍGEN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL	Total general
Enero	3		1		18	684	379	108	1.193
Febrero	4				18	697	360	105	1.184
Marzo	2				26	936	465	134	1.563
Abril				1	24	865	444	114	1.448
Mayo	3				43	915	559	133	1.653
Junio				2	24	908	444	143	1.521
Julio	2				23	973	446	138	1.582
Agosto	3	1			11	1.090	443	149	1.697
Septiembre	3				12	935	422	147	1.519
Octubre	1		1		23	1.113	484	184	1.806
Noviembre	1	7			16	966	441	134	1.565
Diciembre	1			1	20	785	341	90	1.238
Total gener..	23	8	2	4	258	10.867	5.228	1.579	17.969

Mes	APARIENCIA DISTINTIVA	DENOMINACIÓN ORÍGEN	MARCA COLECTIVA	MARCA DE CERTIFICACIÓN	LEMA COMERCIAL	MARCA DE PRODUCTO	MARCA DE SERVICIOS	NOMBRE COMERCIAL
Enero	0,02%		0,01%		0,10%	3,81%	2,11%	0,60%
Febrero	0,02%				0,10%	3,88%	2,00%	0,58%
Marzo	0,01%				0,14%	5,21%	2,59%	0,75%
Abril				0,01%	0,13%	4,81%	2,47%	0,63%
Mayo	0,02%				0,24%	5,09%	3,11%	0,74%
Junio				0,01%	0,13%	5,05%	2,47%	0,80%
Julio	0,01%				0,13%	5,41%	2,48%	0,77%
Agosto	0,02%	0,01%			0,06%	6,07%	2,47%	0,83%
Septiembre	0,02%				0,07%	5,20%	2,35%	0,82%
Octubre	0,01%		0,01%		0,13%	6,19%	2,69%	1,02%
Noviembre	0,01%	0,04%			0,09%	5,38%	2,45%	0,75%
Diciembre	0,01%			0,01%	0,11%	4,37%	1,90%	0,50%
Total general	0,13%	0,04%	0,01%	0,02%	1,44%	60,48%	29,09%	8,79%

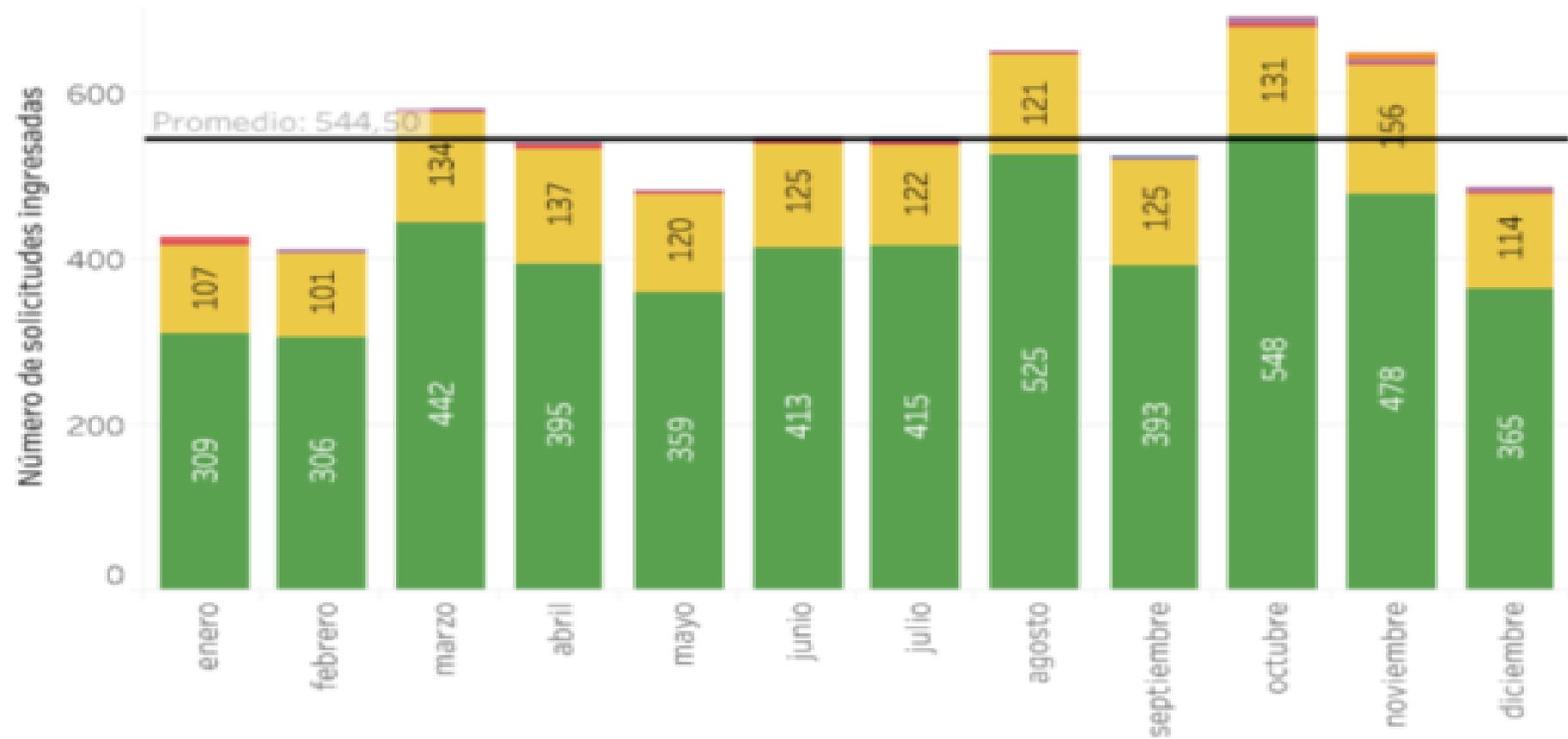
34. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



35. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



36. Gráfico del Total de solicitudes ecuatorianas ingresadas entre 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



37. Gráfico del Total de solicitudes extranjeras ingresadas entre 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

En este año, se puede ver que se ingresaron 17.969 solicitudes de las cuales son: (a) 23 fueron de apariencia distintiva representó un 0.13%, (b) 2 marca colectiva que represento 0.01%, (c) 8 de denominación de origen que represento 0.04%, (d) 4 de marca de certificación que represento 0,02%, (e) 258 de lema comercial que represento un 1.44%, (f) 10.867 de marca de producto que representó 60,78%, (g) 5.228 de marca de servicios que representó 29,09%, (h)1.579 de nombres comerciales que representó 8,79%. El promedio total de solicitudes ingresadas en el 2018 fue de 1.497,42. Las más registradas son las mismas que el 2017, que representaron un 98,36%. Al igual que los años anteriores, las marcas de productos, servicios y los nombres comerciales son los DPI que más predominan en los resultados finales, en las figuras 35 al 37 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; reportando sobre los 3 principales tenemos. En el caso de las más marcas de producto se ingresaron 5.919 solicitudes ecuatorianas y 4.948 que se ingresaron de afuera, la tendencia del es igual que el anterior año, mostrando que el 3er trimestre es donde se ingresó más solicitudes y por el lado extranjero se registraron más en el 4to trimestre a diferencia de años anteriores.

Por el lado, de las solicitudes de marca de servicio, 3.735 fueron ingresadas y son ecuatorianas, no obstante, encontramos según la tabla que 1.493 que no son ecuatorianas, sumando un total de 5.228 solicitudes ingresadas durante el periodo 2018. La datos indican que, cambiaron el ingreso de solicitudes, más flujo de ingresados hay el 2do trimestre, al igual que las extranjeras. Y por últimos tenemos a los nombres comerciales, solicitudes ingresadas en ecuador tenemos 1.542 y 37 solicitudes extranjeras ingresadas, sumado dio en un total de 1.579 solicitudes ingresadas durante el periodo de 2018. La tendencia en este tipo de DPI también vario en el extranjero, hubo más ingresos de solicitudes en el 4to trimestre y

por el lado nacional se mantiene en el 3er trimestre como mayor tendencia a ingresar solicitudes.

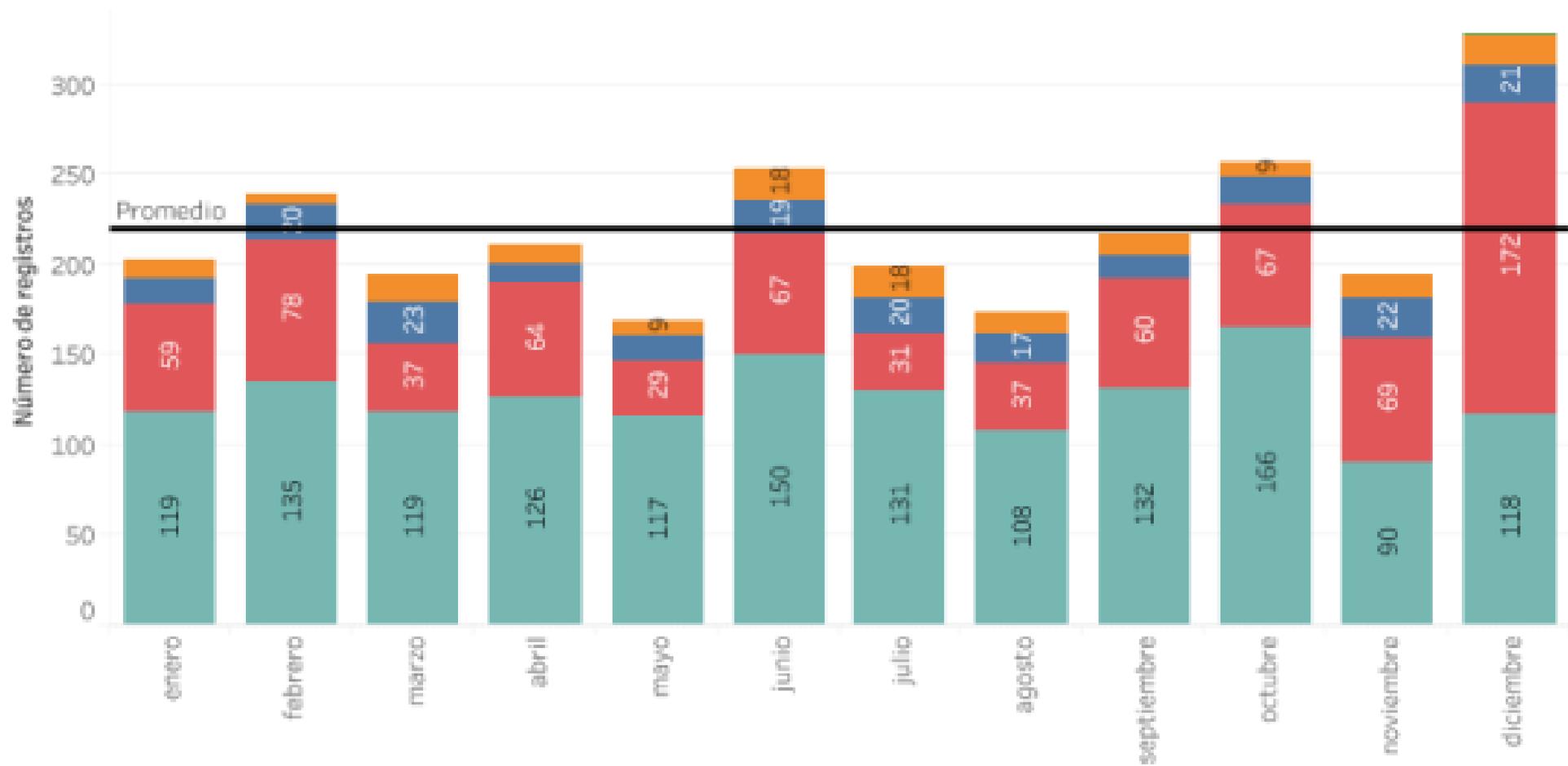
3.1.2 Estadísticas de solicitudes presentadas de la Unidad Gestión de Patentes – Periodo 2015 al 2018

Mes de fecha de presenta..	ESQUEMAS DE T..	PATENTE DE INVE..	MODELO DE UTILI..	DISEÑO INDUSTRI..	PATENTE S DE INV..	Total general
Enero		11	14	59	119	203
Febrero		6	20	78	135	239
Marzo		15	23	37	119	194
Abril		10	11	64	126	211
Mayo		9	14	29	117	169
Junio		18	19	67	150	254
Julio		18	20	31	131	200
Agosto		12	17	37	108	174
Septiembre		12	14	60	132	218
Octubre		9	15	67	166	257
Noviembre		14	22	69	90	195
Diciembre	1	16	21	172	118	328
Total gener..	1	150	210	770	1.511	2.642

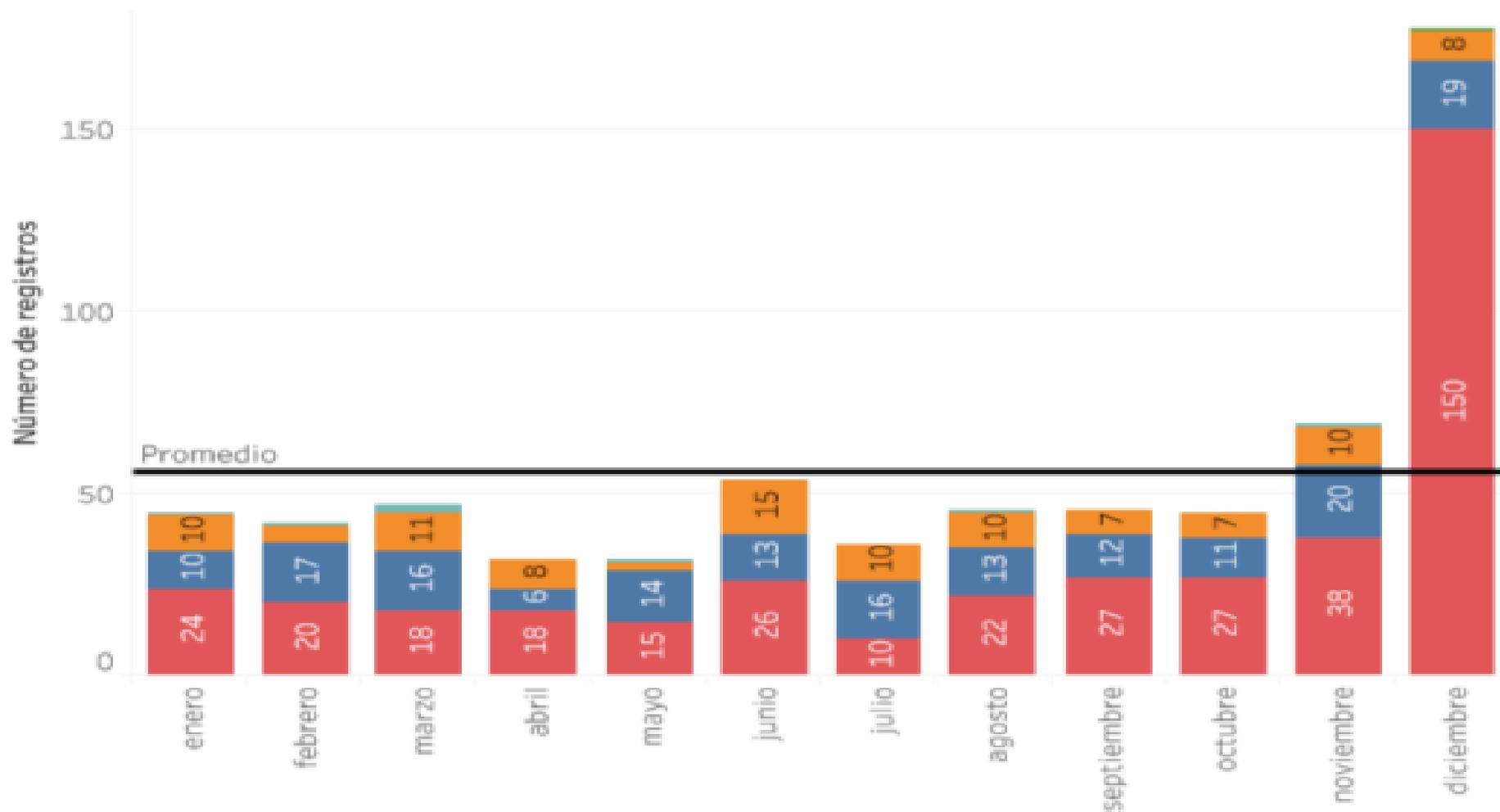
38. Total de solicitudes ingresadas periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Mes de fecha de presenta..	ESQUEMAS DE TRAZA..	PATENTE DE INVEN..	MODELO DE UTILID..	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVEN..
Enero		5,42%	6,90%	29,06%	58,62%
Febrero		2,51%	8,37%	32,64%	56,49%
Marzo		7,73%	11,86%	19,07%	61,34%
Abril		4,74%	5,21%	30,33%	59,72%
Mayo		5,33%	8,28%	17,16%	69,23%
Junio		7,09%	7,48%	26,38%	59,06%
Julio		9,00%	10,00%	15,50%	65,50%
Agosto		6,90%	9,77%	21,26%	62,07%
Septiembre		5,50%	6,42%	27,52%	60,55%
Octubre		3,50%	5,84%	26,07%	64,59%
Noviembre		7,18%	11,28%	35,38%	46,15%
Diciembre	0,30%	4,88%	6,40%	52,44%	35,98%
Total gener..	0,04%	5,68%	7,95%	29,14%	57,19%

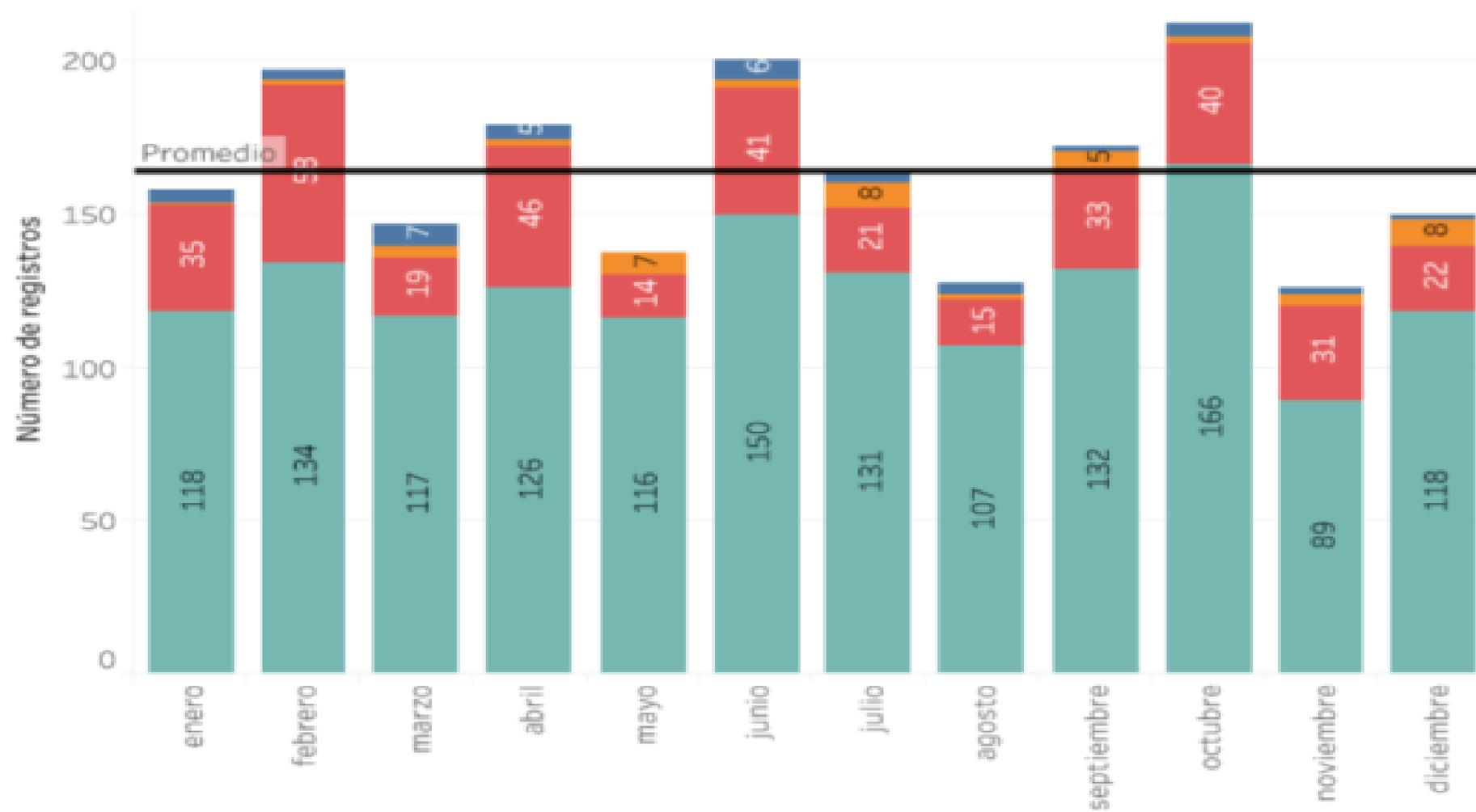
39. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



40. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



41. Gráfico del Total de solicitudes de patentes ecuatorianas ingresadas entre 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



42. Gráfico del Total de solicitudes de patentes extranjeras ingresadas entre 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como vemos en la imagen a continuación, encontramos los resultados de las solicitudes en la gestión de patentes, se evaluaron 5 ítems de tipos de patentes: (a) Esquema de trazado, (b) patente de invención, (c) modelo de utilidad, (d) diseño industrial, (e) patentes de invención PCT. Se puede observar que los datos de la SENADI/IEPI muestran dos ítems parecidos las patentes de invención y PCT, la diferencia entre ambas reside del origen donde se proteja esa invención, es decir, si es una solicitud nacional (patente de invención) o una solicitud internacional (patente de invención PCT). Dicho esto, según los datos mostraron que 2.642 solicitudes de patentes fueron presentadas durante el periodo 2015 al 2018. Entre las patentes de esquemas de tratado se presentaron 1 en total que representaron un 0.04%, las solicitudes ingresadas de patentes de invención fueron 150 en total que representaron un 5.68%, en solicitudes ingresadas de patentes de modelo de utilidad fueron 210 en total que representaron un 7,95%, asimismo, en solicitudes de patentes de diseño industrial ingresadas fueron 770 en total que representaron un 29,14%, finalmente, 1.511 solicitudes de patentes de invención PCT fueron ingresadas y las cuales representaron un 57,19%.

Ahora bien, el total de patentes generados durante el periodo del 2015 al 2018 se generó por la sumatoria de patentes nacionales como extranjeras. No obstante, los tipos de patentes más predominantes fueron: (a) las patentes de invención PCT, (b) las patentes de diseños industriales, y (c) patentes de modelos de utilidad, representando un 94,28%. Las más registradas son las mismas que el 2017, que representaron un 98,51%. En las figuras 40 al 42 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; en este caso, las solicitudes patentes de invención PCT registradas nacionalmente fueron 7 en comparación a 1.504 solicitudes ingresadas del extranjero, en total hubo 1.511 en total durante el periodo del 2015 al 2018, este registro ocurriendo con mayor frecuencia en 2do trimestre en el caso de las solicitudes extranjeras y durante el 1er semestre para las nacionales. Por otro lado, 395

patentes industriales fueron solicitudes ecuatorianas y 375 patentes industriales fueron extranjeras, en total durante ese conjunto de periodos fueron 770 solicitudes ingresadas, los mayores registros en este tipo de patente ocurren en el 4to semestre para las nacionales y en el 1er trimestre para las extranjeras. Finalmente, en solicitudes ingresadas de patentes de modelos utilidad ecuatorianas fueron 167 y para las extranjeras se ingresaron 43 solicitudes, asimismo, en el 4to trimestre se ingresaron más patentes ecuatorianas y durante el 1er trimestre más solicitudes extranjeras. El promedio total por solicitudes ecuatorianas ingresadas es de 56 en comparación a 164,17 de solicitudes ingresadas de otros países.

3.1.2.1 Análisis e descripción por años

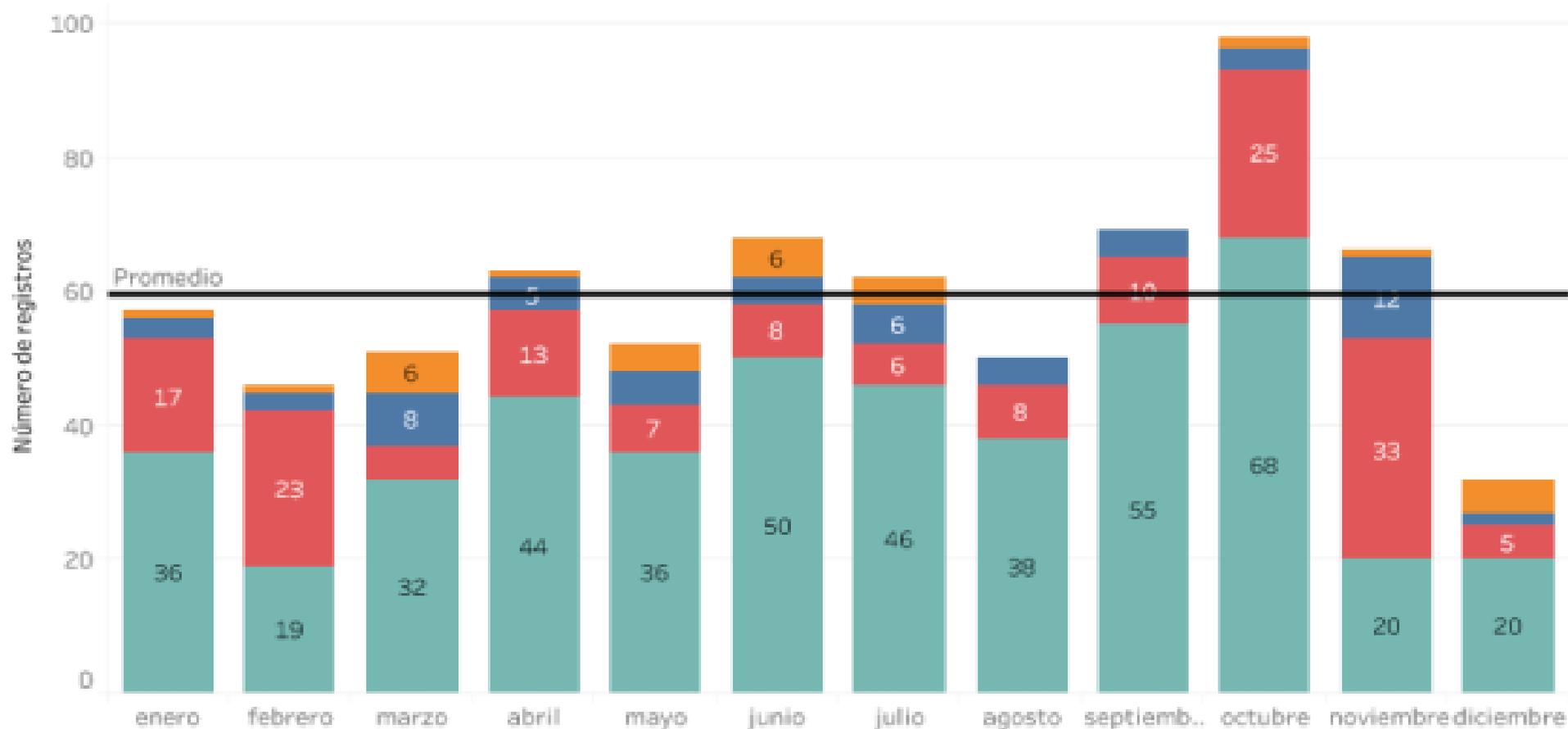
3.1.2.1.1.1 Año 2015

43. Total de solicitudes ingresadas periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

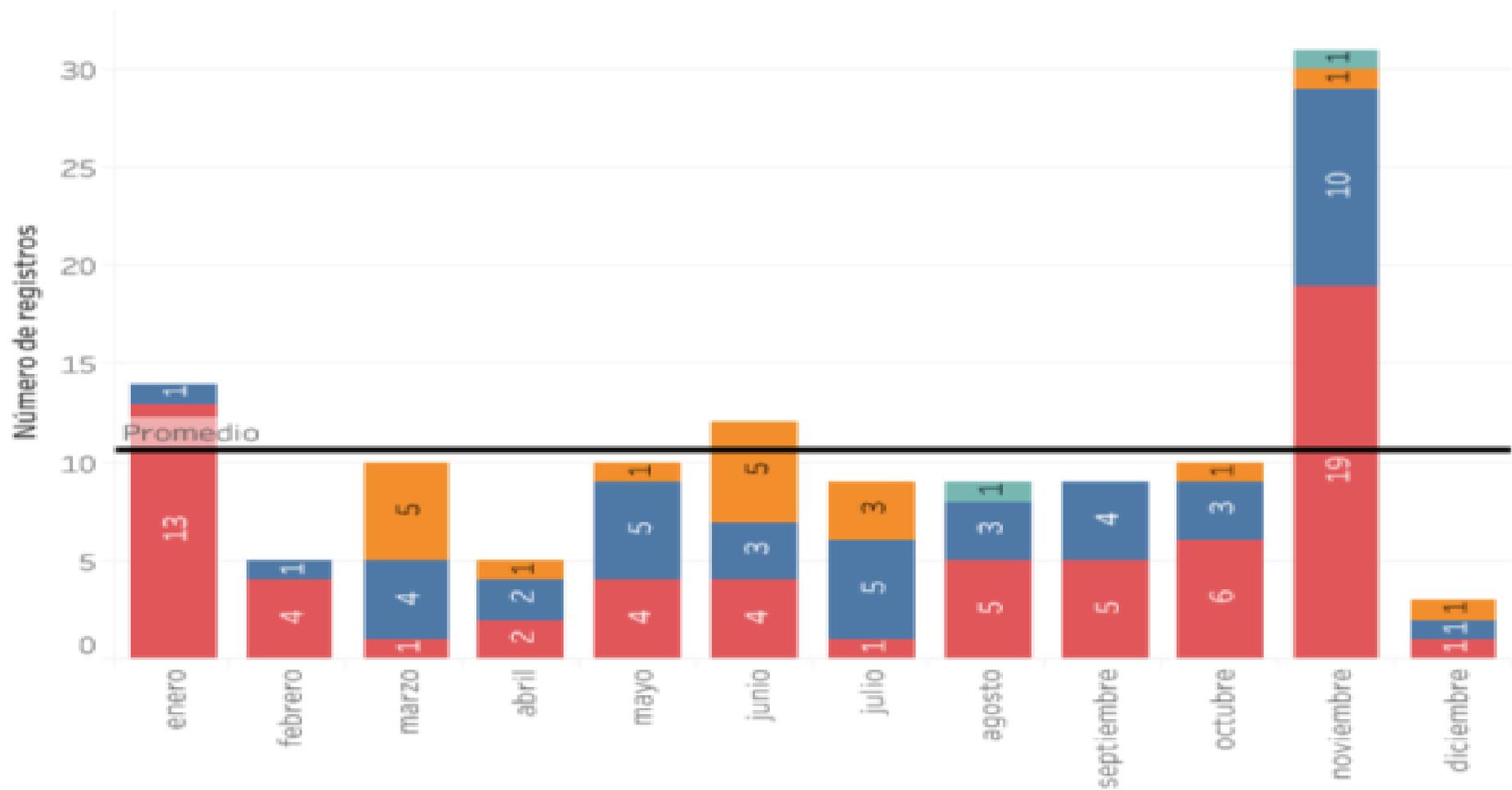
Mes de fecha de presenta..	PATENTE DE INVEN..	MODELO DE UTILID..	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVEN..	Total general
Enero	1	3	17	36	57
Febrero	1	3	23	19	46
Marzo	6	8	5	32	51
Abril	1	5	13	44	63
Mayo	4	5	7	36	52
Junio	6	4	8	50	68
Julio	4	6	6	46	62
Agosto		4	8	38	50
Septiembre		4	10	55	69
Octubre	2	3	25	68	98
Noviembre	1	12	33	20	66
Diciembre	5	2	5	20	32
Total gener..	31	59	160	464	714

Mes de fecha de presenta..	PATENTE DE INVENCIÓN	MODELO DE UTILIDAD	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVENCIÓN P..
Enero	1,75%	5,26%	29,82%	63,16%
Febrero	2,17%	6,52%	50,00%	41,30%
Marzo	11,76%	15,69%	9,80%	62,75%
Abril	1,59%	7,94%	20,63%	69,84%
Mayo	7,69%	9,62%	13,46%	69,23%
Junio	8,82%	5,88%	11,76%	73,53%
Julio	6,45%	9,68%	9,68%	74,19%
Agosto		8,00%	16,00%	76,00%
Septiembre		5,80%	14,49%	79,71%
Octubre	2,04%	3,06%	25,51%	69,39%
Noviembre	1,52%	18,18%	50,00%	30,30%
Diciembre	15,63%	6,25%	15,63%	62,50%
Total gener..	4,34%	8,26%	22,41%	64,99%

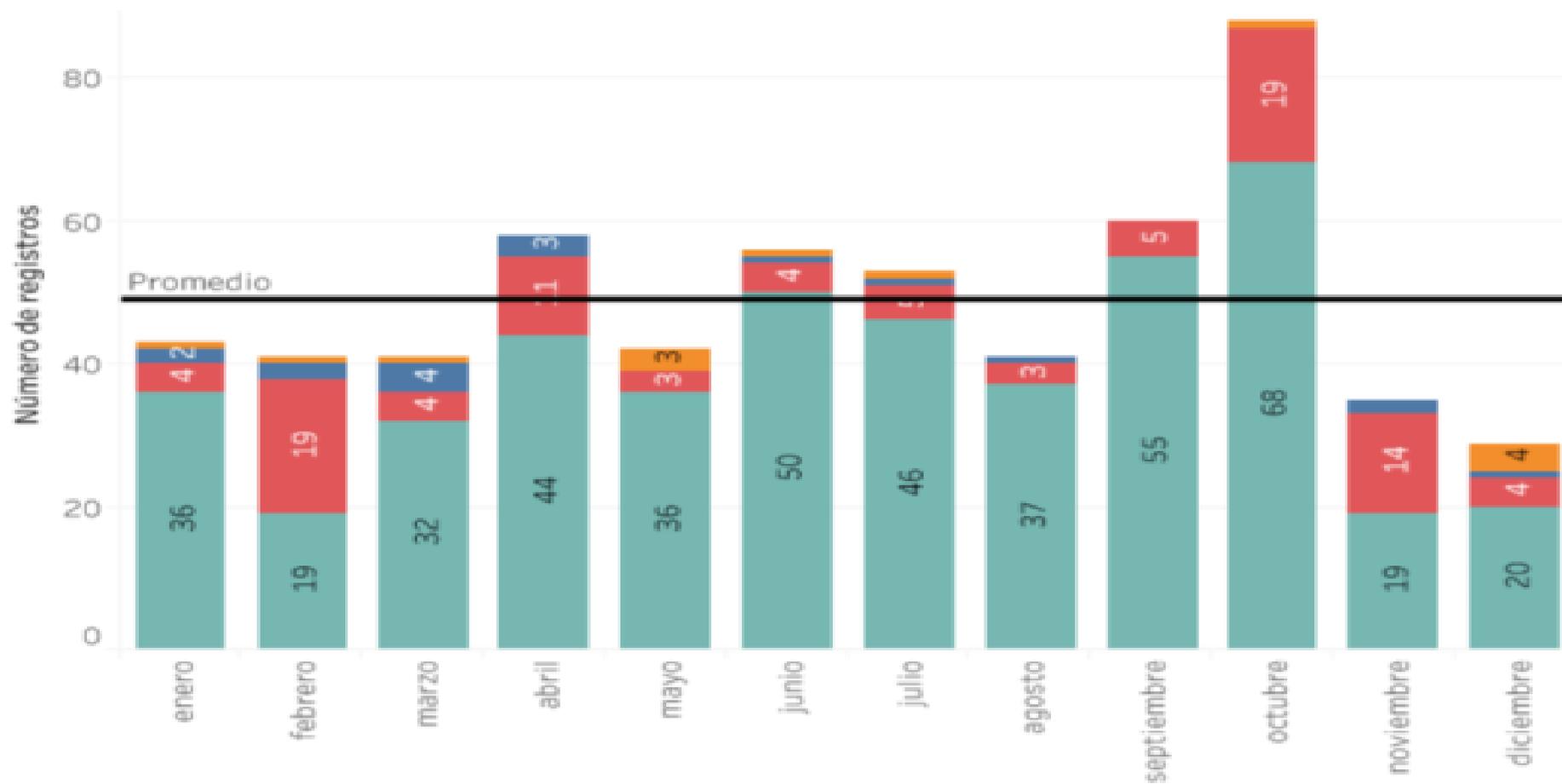
44. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



45. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



46. Gráfico del Total de solicitudes de patentes ecuatorianas ingresadas entre 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



47. Gráfico del Total de solicitudes de patentes extranjeras ingresadas entre 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

En este año hubo un total de 714 solicitudes presentadas, de las cuales: (a) 31 fueron de patentes de invención que representaron un 4,34%, (b) 59 fueron de patentes de modelos de utilidad que representaron un 8.26%, (c) 160 fueron patentes de industriales que representaron un 22,41% y finalmente (d) 464 fueron patentes de invención PCT que representaron un 64,99%. Ahora bien, el total de patentes generados más predominantes fueron: (a) las patentes de invención PCT, (b) las patentes de diseños industriales, y (c) patentes de modelos de utilidad, representando un 95,66%. En las figuras 40 al 42 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; en este caso, las solicitudes de patentes de invención PCT ecuatorianas registradas fueron 2 en comparación a 462 de solicitudes extranjeras ingresadas, en total hubo 464 en total durante el periodo del 2015 al 2018, este registro ocurriendo con mayor frecuencia en 3er trimestre en el caso de las solicitudes extranjeras y apenas 2 ingresadas por los últimos trimestres. Por otro lado, 65 patentes industriales fueron solicitudes ecuatorianas y 95 patentes industriales fueron extranjeras, en total fueron 160 solicitudes ingresadas, los mayores registros en este tipo de patente ocurren en el 4to trimestre para las nacionales y en el mismo tiempo para las extranjeras.

Finalmente, en solicitudes ingresadas de patentes de modelos utilidad ecuatorianas fueron 42 y para las extranjeras se ingresaron 17, asimismo, en el 4to trimestre se ingresaron más patentes ecuatorianas y durante el 1er trimestre más solicitudes extranjeras. El promedio total por solicitudes ecuatorianas ingresadas es de 10,58 en comparación a 48,92 de solicitudes ingresadas de otros países.

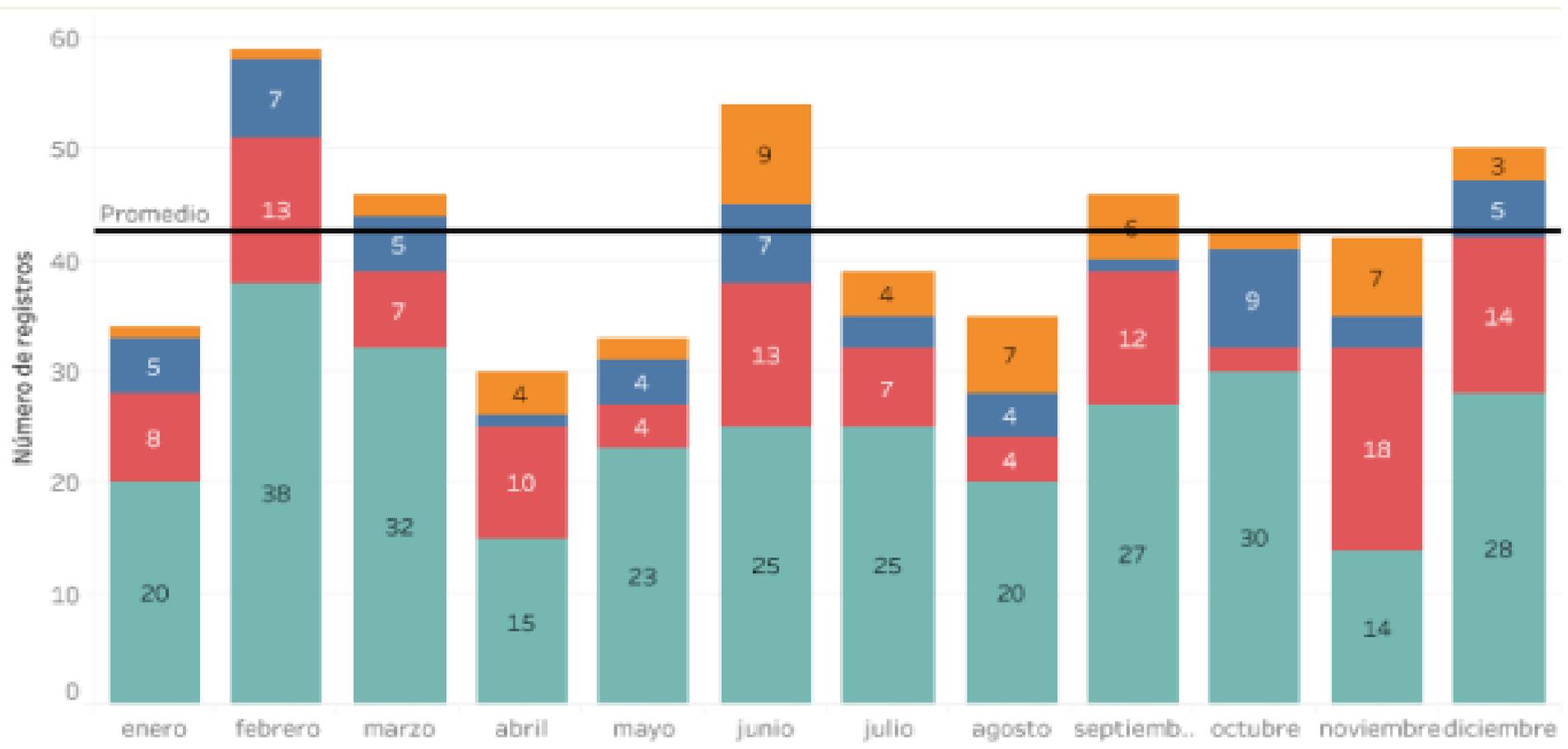
3.1.2.1.2 Año 2016

48. Total de solicitudes ingresadas periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

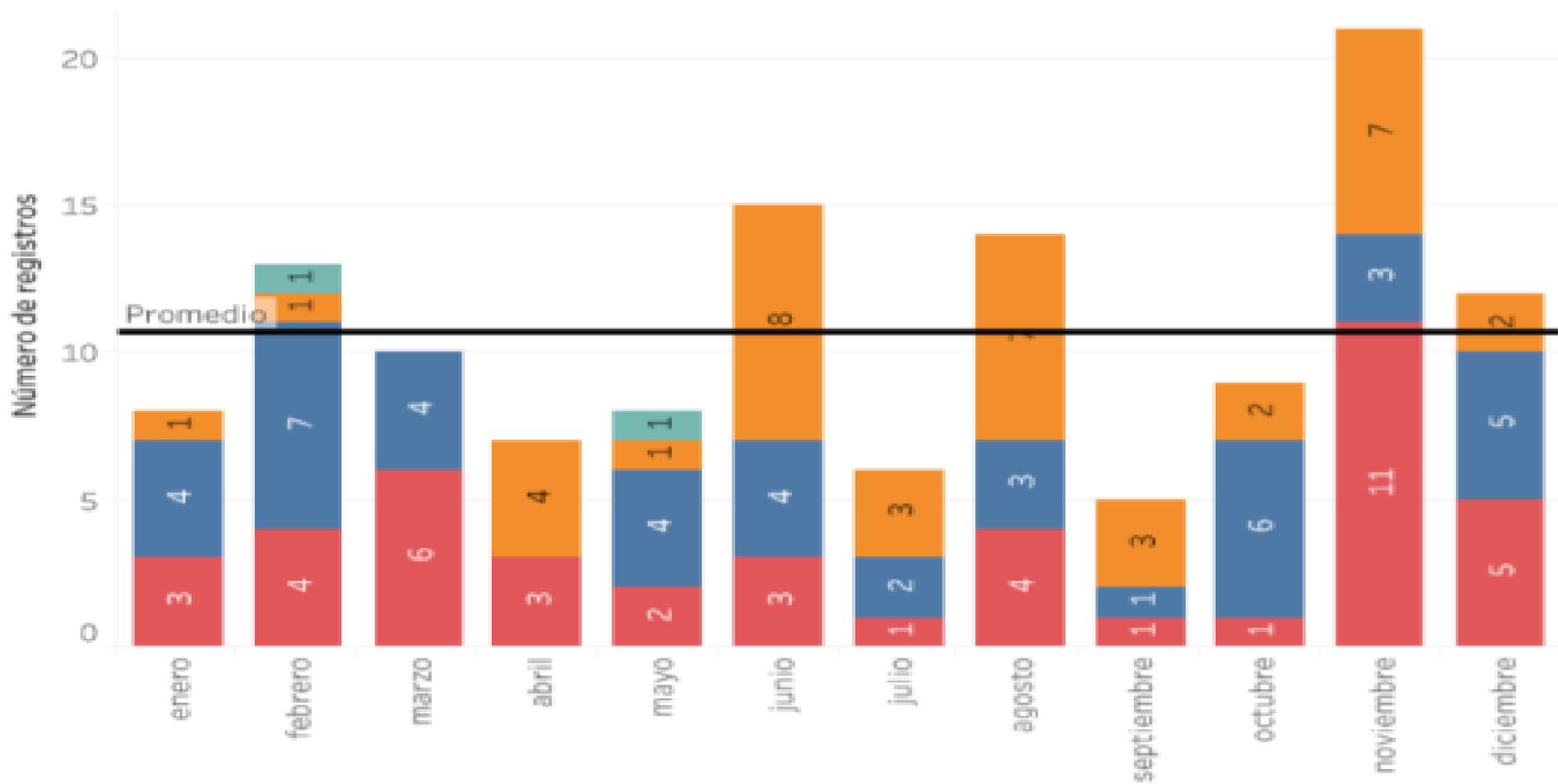
Mes de fecha de presenta..	PATENTE DE INVEN..	MODELO DE UTILID..	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVEN..	Total general
Enero	1	5	8	20	34
Febrero	1	7	13	38	59
Marzo	2	5	7	32	46
Abril	4	1	10	15	30
Mayo	2	4	4	23	33
Junio	9	7	13	25	54
Julio	4	3	7	25	39
Agosto	7	4	4	20	35
Septiembre	6	1	12	27	46
Octubre	2	9	2	30	43
Noviembre	7	3	18	14	42
Diciembre	3	5	14	28	50
Total gener..	48	54	112	297	511

Mes de fecha de presenta..	PATENTE DE INVENCIÓN	MODELO DE UTILIDAD	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVENCIÓN P..
Enero	2,94%	14,71%	23,53%	58,82%
Febrero	1,69%	11,86%	22,03%	64,41%
Marzo	4,35%	10,87%	15,22%	69,57%
Abril	13,33%	3,33%	33,33%	50,00%
Mayo	6,06%	12,12%	12,12%	69,70%
Junio	16,67%	12,96%	24,07%	46,30%
Julio	10,26%	7,69%	17,95%	64,10%
Agosto	20,00%	11,43%	11,43%	57,14%
Septiembre	13,04%	2,17%	26,09%	58,70%
Octubre	4,65%	20,93%	4,65%	69,77%
Noviembre	16,67%	7,14%	42,86%	33,33%
Diciembre	6,00%	10,00%	28,00%	56,00%
Total gener..	9,39%	10,57%	21,92%	58,12%

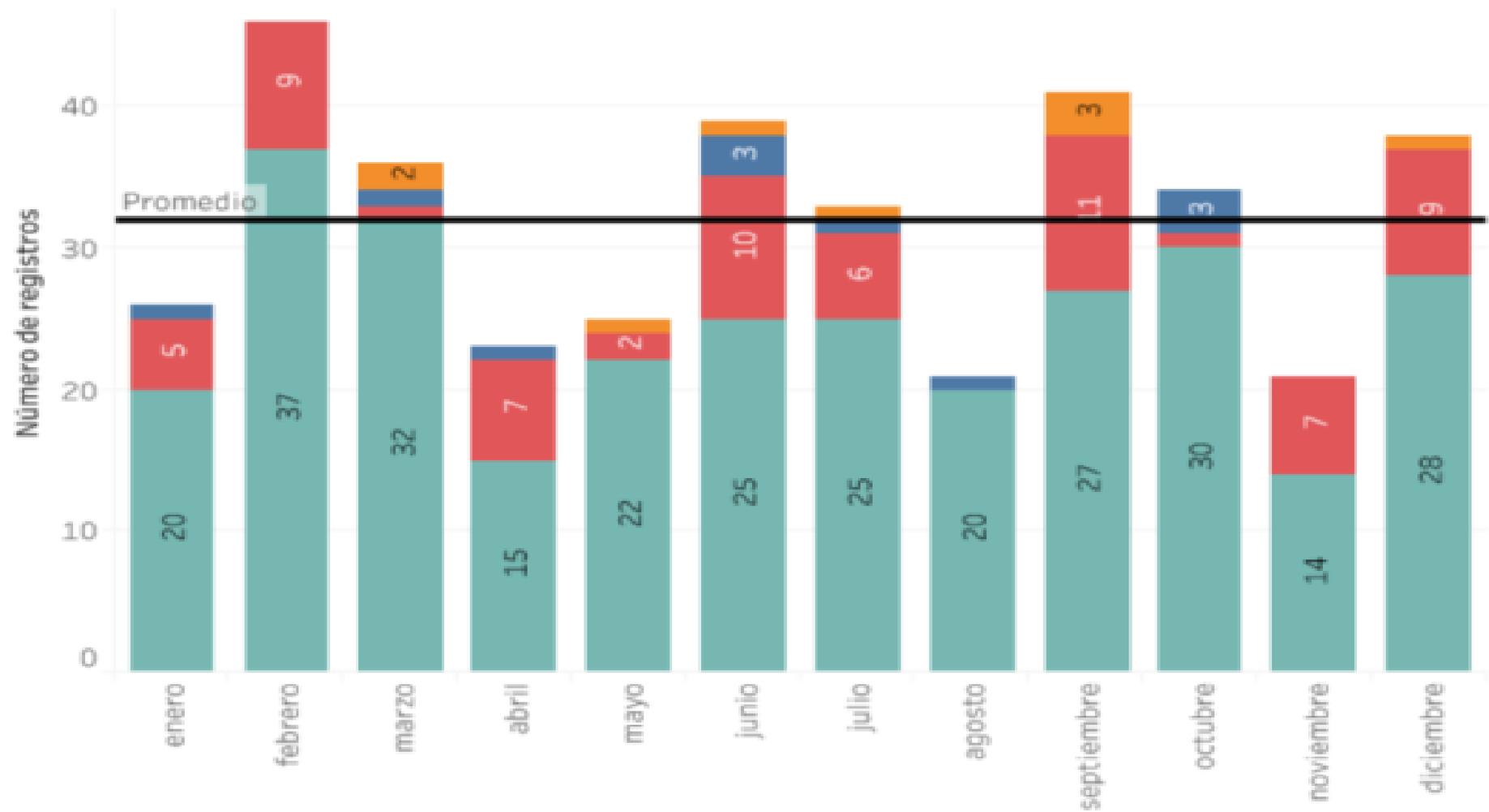
49. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



50. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



51. Gráfico del Total de solicitudes de patentes ecuatorianas ingresadas entre 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



52. Gráfico del Total de solicitudes de patentes extranjeras ingresadas entre 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

En este año hubo un registro total de 511 solicitudes presentadas, de las cuales: (a) 48 fueron de patentes de invención que representaron un 9,39%, (b) 54 fueron de patentes de modelos de utilidad que representaron un 10,57%, (c) 112 fueron patentes de industriales que representaron un 21,92% y finalmente (d) 297 fueron patentes de invención PCT que representaron un 58,12%. Ahora bien, el total de patentes generados más predominantes fueron: (a) las patentes de invención PCT, (b) las patentes de diseños industriales, y (c) patentes de modelos de utilidad, representando un 90,61%. En las figuras 50 al 52 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; en este caso, las solicitudes de patentes de invención PCT ecuatorianas registradas fueron 2 en comparación a 295 de solicitudes extranjeras ingresadas, en total se observa 297 en total durante este periodo, asimismo, con mayor frecuencia en el 1er trimestre en el caso de las solicitudes extranjeras y apenas 2 ingresadas por los primeros trimestres. Por otro lado, encontramos que 44 solicitudes de patentes industriales fueron solicitudes ecuatorianas y 68 patentes industriales fueron solicitudes extranjeras, en total fueron 112 solicitudes, los mayores registros o ingresos de este tipo de patente ocurren en el 4to trimestre para las ecuatorianas y un aumento mayor en el 2do trimestre para las solicitudes extranjeras.

Finalmente, en solicitudes ingresadas de patentes de modelos utilidad ecuatorianas fueron 43 y para las extranjeras se ingresaron 11 y en total suman 54 solicitudes, asimismo, en el 1er trimestre se ingresaron más patentes ecuatorianas y durante el 2do trimestre más solicitudes extranjeras. El promedio total por solicitudes ecuatorianas ingresadas es de 10,67 en comparación a 31,92 de solicitudes ingresadas de otros países.

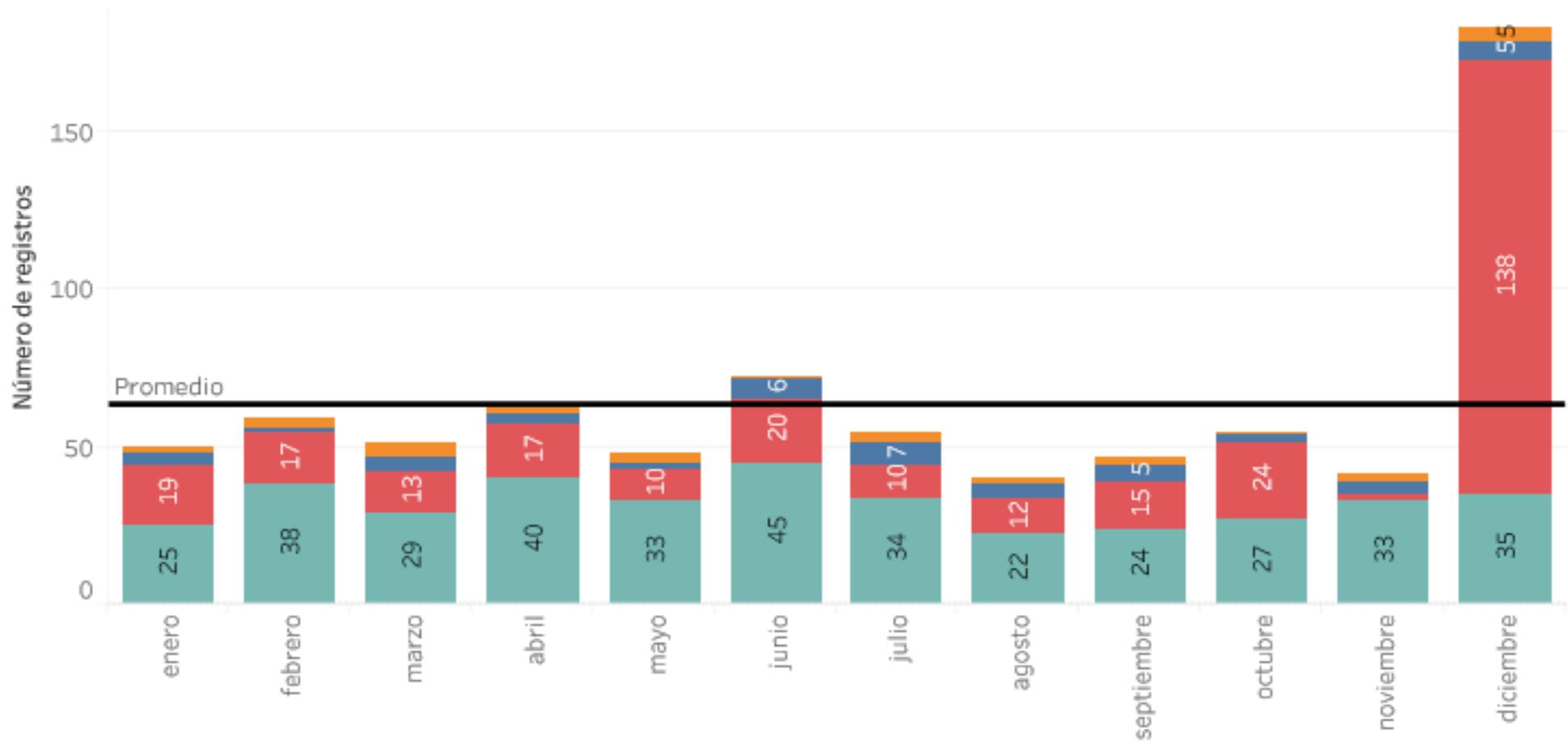
3.1.2.1.2.1.1 Año 2017

53. Total de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

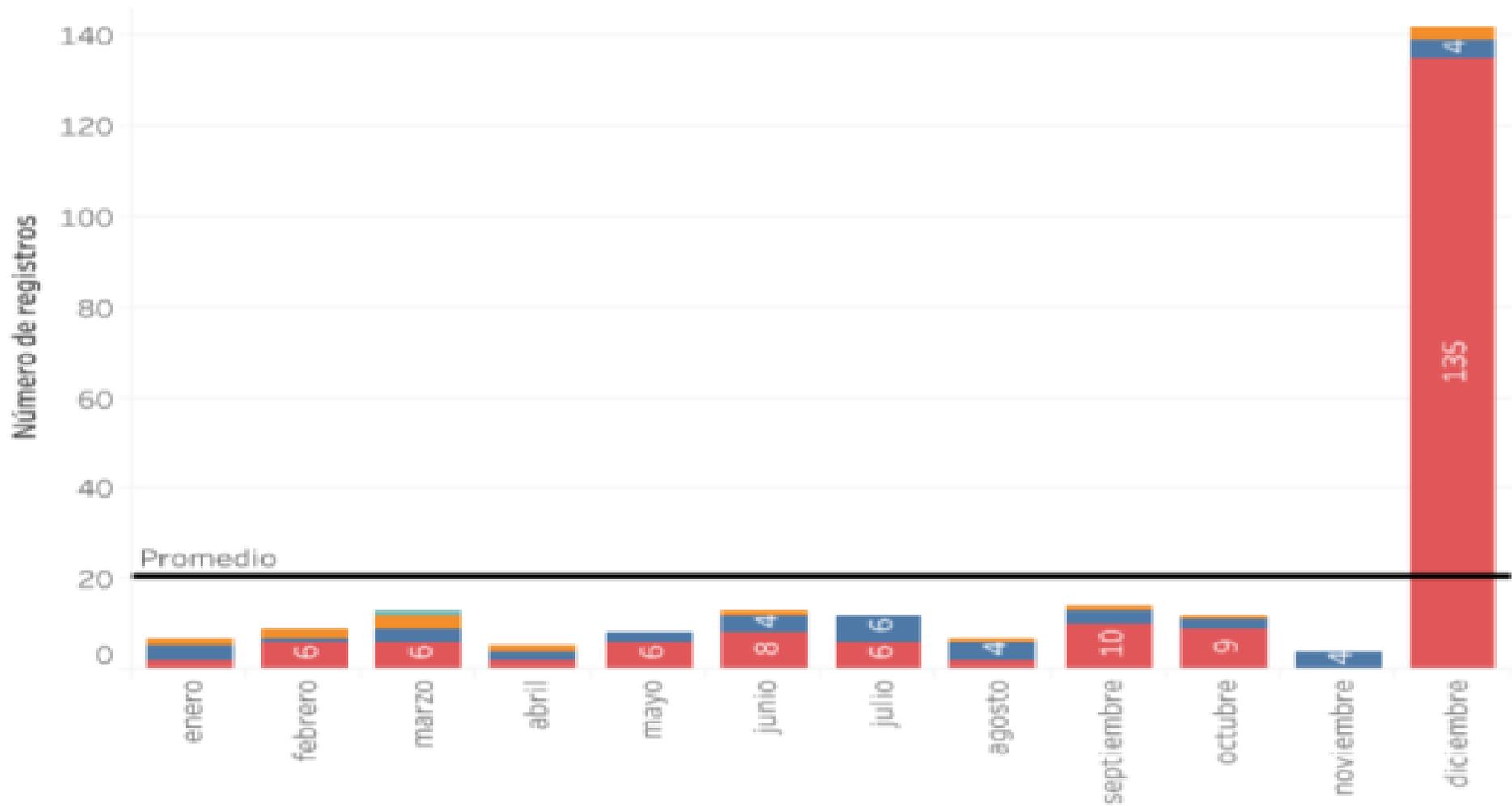
Mes de fecha de presenta..	PATENTE DE INVEN..	MODELO DE UTILID..	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVEN..	Total general
Enero	2	4	19	25	50
Febrero	3	1	17	38	59
Marzo	4	5	13	29	51
Abril	2	3	17	40	62
Mayo	3	2	10	33	48
Junio	1	6	20	45	72
Julio	4	7	10	34	55
Agosto	2	4	12	22	40
Septiembre	3	5	15	24	47
Octubre	1	3	24	27	55
Noviembre	2	4	2	33	41
Diciembre	5	5	138	35	183
Total gener..	32	49	297	385	763

Mes de fecha de presenta..	PATENTE DE INVENCIÓN	MODELO DE UTILIDAD	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVENCIÓN P..
Enero	4,00%	8,00%	38,00%	50,00%
Febrero	5,08%	1,69%	28,81%	64,41%
Marzo	7,84%	9,80%	25,49%	56,86%
Abril	3,23%	4,84%	27,42%	64,52%
Mayo	6,25%	4,17%	20,83%	68,75%
Junio	1,39%	8,33%	27,78%	62,50%
Julio	7,27%	12,73%	18,18%	61,82%
Agosto	5,00%	10,00%	30,00%	55,00%
Septiembre	6,38%	10,64%	31,91%	51,06%
Octubre	1,82%	5,45%	43,64%	49,09%
Noviembre	4,88%	9,76%	4,88%	80,49%
Diciembre	2,73%	2,73%	75,41%	19,13%
Total gener..	4,19%	6,42%	38,93%	50,46%

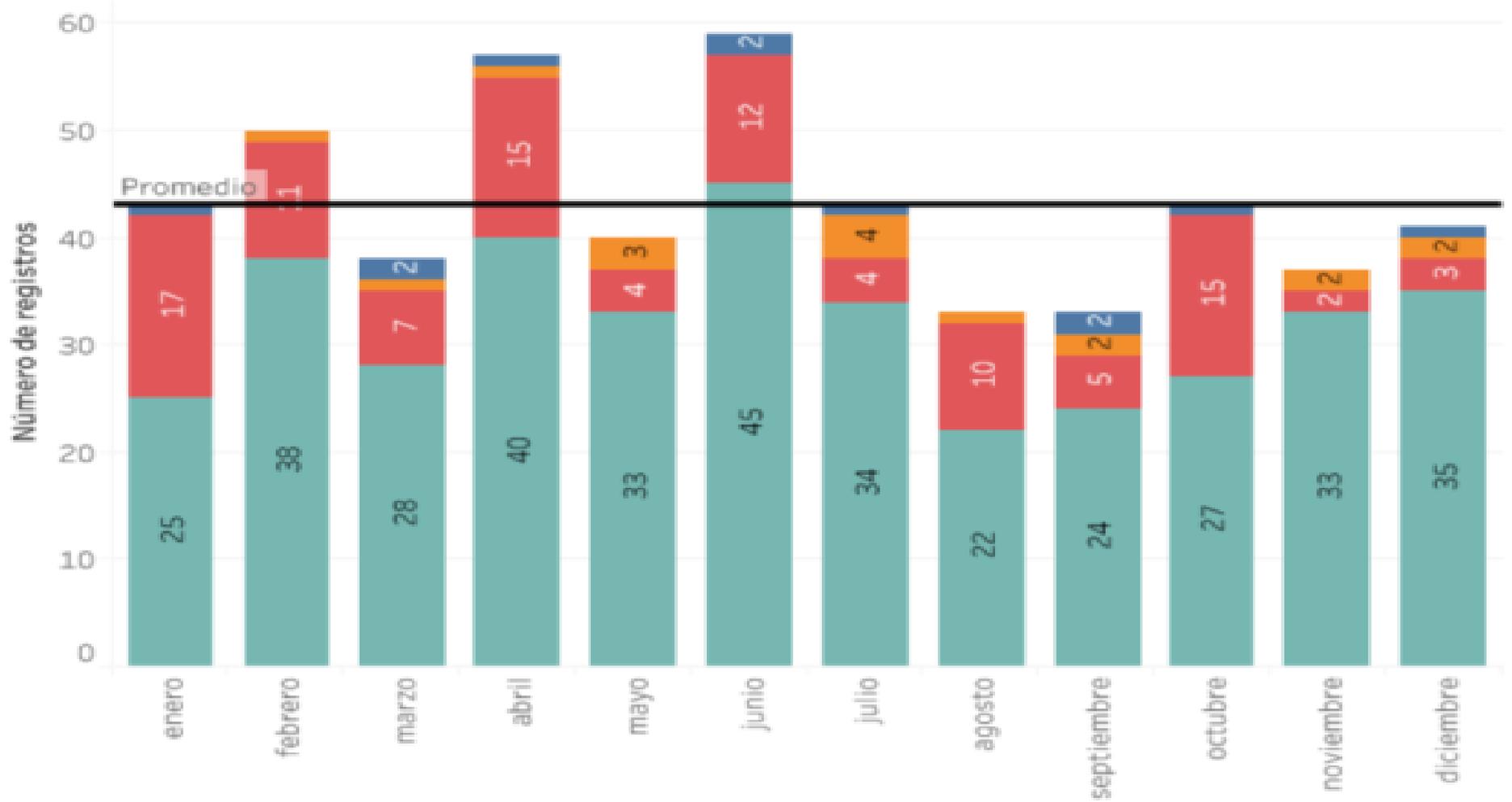
54. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



55. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



56. Gráfico del Total de solicitudes de patentes ecuatorianas ingresadas entre 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



57. Gráfico del Total de solicitudes de patentes extranjeras ingresadas entre 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

En este año hubo un registro total de 763 solicitudes presentadas, de las cuales tenemos: (a) 32 fueron de patentes de invención que representaron un 4,19%, (b) 49 fueron de patentes de modelos de utilidad que representaron un 6,42%, (c) 297 fueron patentes de industriales que representaron un 39,93% y finalmente (d) 385 fueron patentes de invención PCT que representaron un 50,46%. Ahora bien, el total de patentes ingresados que más predominan fueron: (a) las patentes de invención PCT, (b) las patentes de diseños industriales, y (c) patentes de modelos de utilidad, representando un 95,81%. En las figuras 55 al 57 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; en este caso, las solicitudes de patentes de invención PCT ecuatorianas registradas fueron 1 en comparación a 384 de solicitudes extranjeras ingresadas, en total se observa 385 en total durante este periodo, asimismo, con mayor frecuencia en el 3er trimestre en el caso de las solicitudes extranjeras y apenas 1 ingresadas en el 1er trimestre. Por otro lado, encontramos que 192 solicitudes de patentes industriales fueron solicitudes ecuatorianas y 105 patentes industriales fueron solicitudes extranjeras, en total fueron 297 solicitudes, los mayores registros o ingresos de este tipo de patente ocurren en el 4to trimestre para las ecuatorianas y un aumento mayor en el 1er trimestre para las solicitudes extranjeras.

Finalmente, en solicitudes ingresadas de patentes de modelos utilidad ecuatorianas fueron 38 y para las extranjeras se ingresaron 11 y en total suman 54 solicitudes, asimismo, en el 3er trimestre se ingresaron más patentes ecuatorianas y poca actividad durante los 3 primeros trimestres con las solicitudes extranjeras. El promedio total por solicitudes ecuatorianas ingresadas es de 20,50 en comparación a 43,08 de solicitudes ingresadas de otros países.

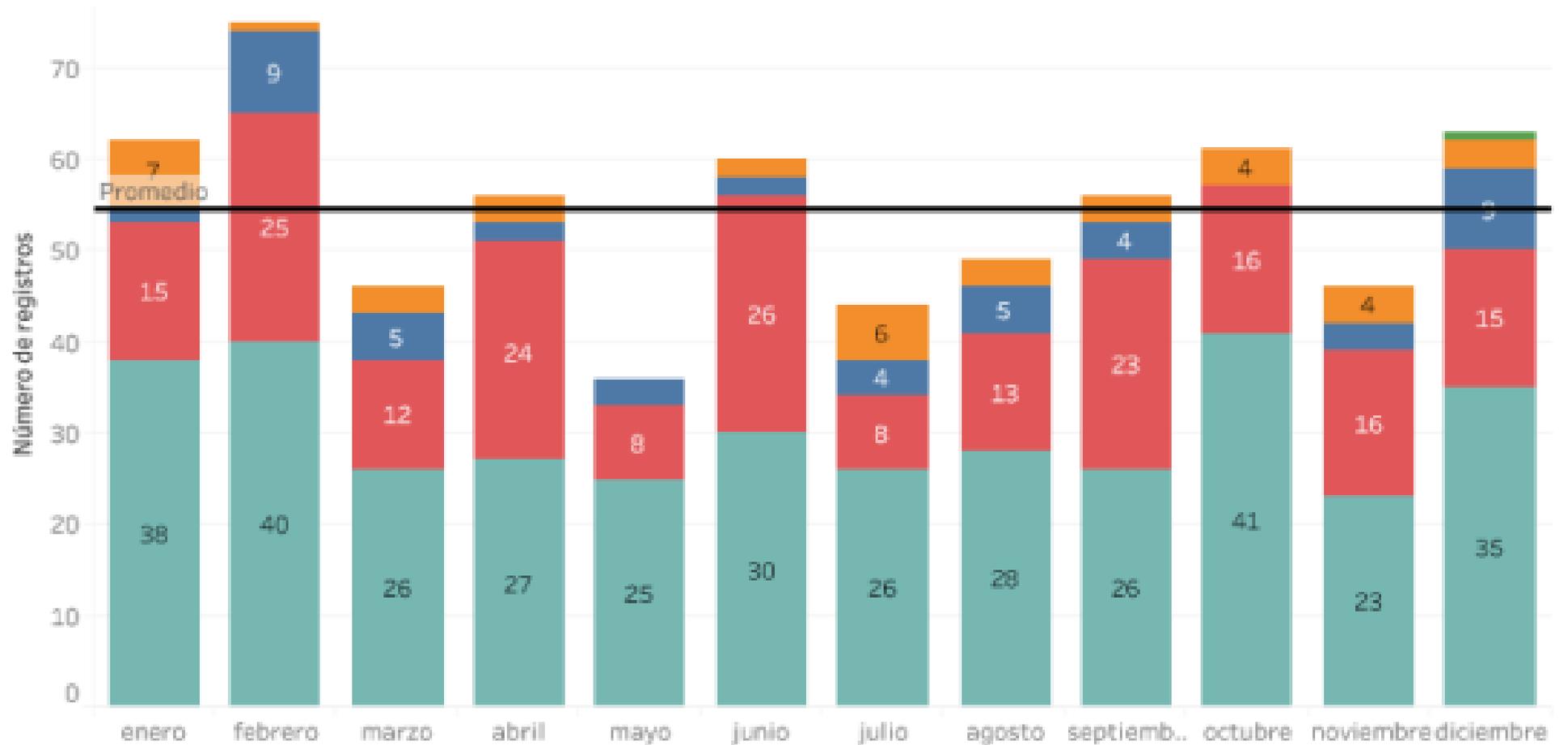
3.1.2.1.3 Año 2018

58. Total de solicitudes ingresadas periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

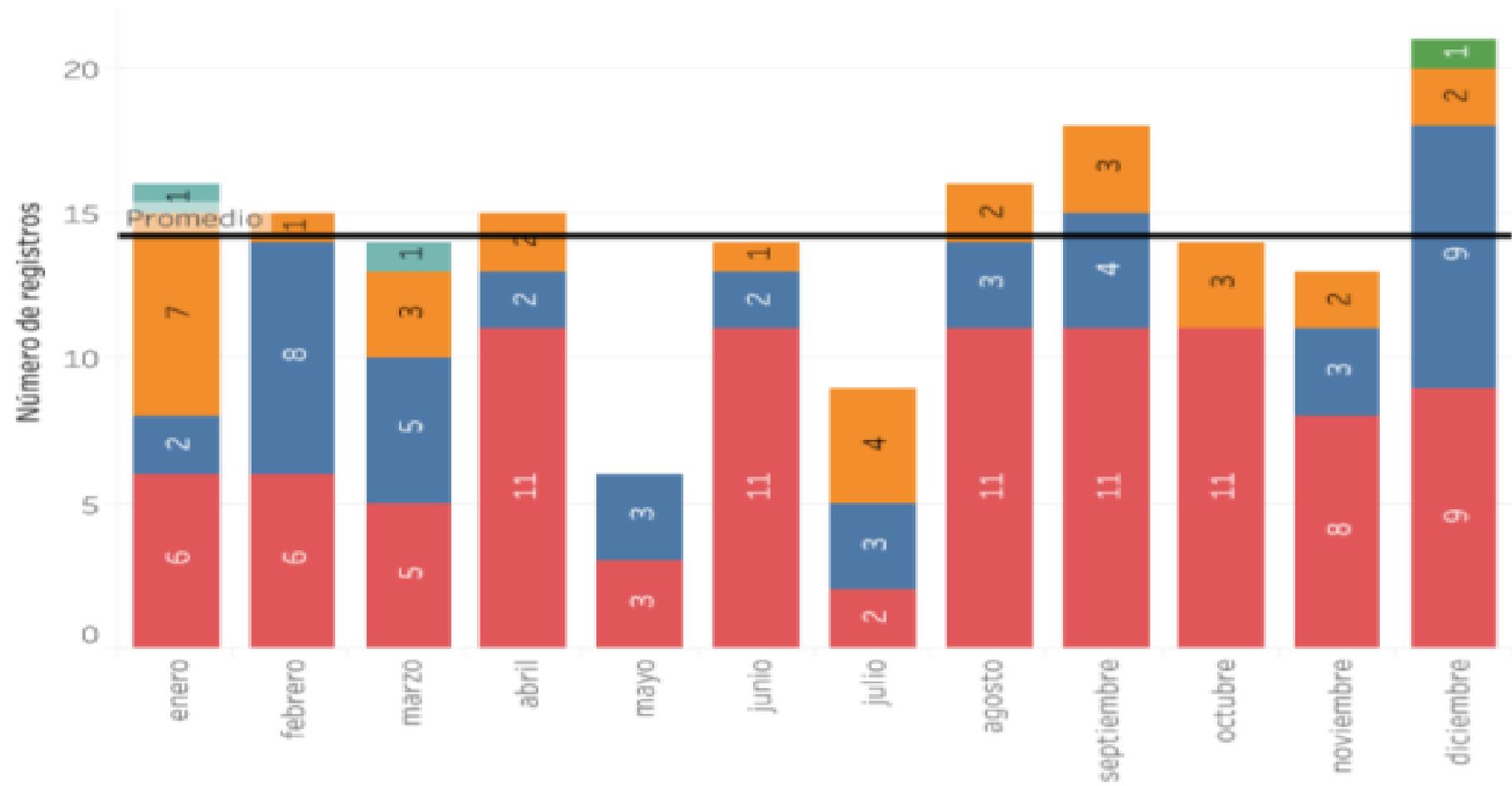
Mes de fecha de presenta..	ESQUEM AS DE T..	PATENTE DE INVE..	MODELO DE UTILI..	DISEÑO INDUST..	PATENTE S DE INV..	Total general
Enero		7	2	15	38	62
Febrero		1	9	25	40	75
Marzo		3	5	12	26	46
Abril		3	2	24	27	56
Mayo			3	8	25	36
Junio		2	2	26	30	60
Julio		6	4	8	26	44
Agosto		3	5	13	28	49
Septiembre		3	4	23	26	56
Octubre		4		16	41	61
Noviembre		4	3	16	23	46
Diciembre	1	3	9	15	35	63
Total gener..	1	39	48	201	365	654

Mes de fecha de presenta..	ESQUEMAS DE TRAZA..	PATENTE DE INVEN..	MODELO DE UTILID..	DISEÑO INDUSTRIAL	PATENTES DE INVEN..
Enero		11,29%	3,23%	24,19%	61,29%
Febrero		1,33%	12,00%	33,33%	53,33%
Marzo		6,52%	10,87%	26,09%	56,52%
Abril		5,36%	3,57%	42,86%	48,21%
Mayo			8,33%	22,22%	69,44%
Junio		3,33%	3,33%	43,33%	50,00%
Julio		13,64%	9,09%	18,18%	59,09%
Agosto		6,12%	10,20%	26,53%	57,14%
Septiembre		5,36%	7,14%	41,07%	46,43%
Octubre		6,56%		26,23%	67,21%
Noviembre		8,70%	6,52%	34,78%	50,00%
Diciembre	1,59%	4,76%	14,29%	23,81%	55,56%
Total gener..	0,15%	5,96%	7,34%	30,73%	55,81%

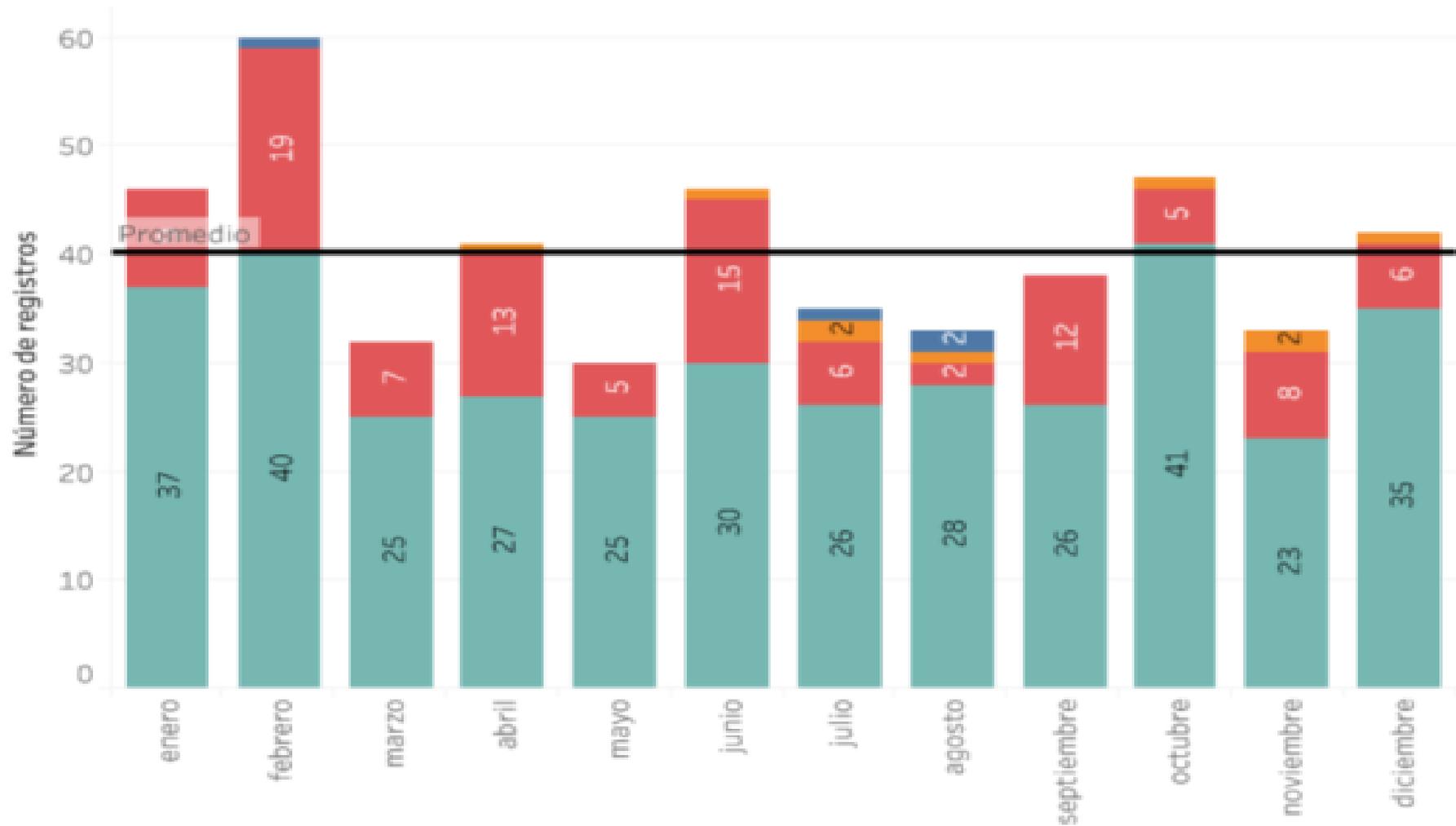
59. Porcentajes de solicitudes ingresadas periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



60. Gráfico del Total de solicitudes ingresadas periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



61. Gráfico del Total de solicitudes de patentes ecuatorianas ingresadas entre 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



62. Gráfico del Total de solicitudes de patentes extranjeras ingresadas entre 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Según los datos mostraron que en este periodo hubo un registro total de 654 solicitudes presentadas, de las cuales tenemos: (a) 39 fueron de patentes de invención que representaron un 5,96%, (b) 48 fueron de patentes de modelos de utilidad que representaron un 7,34%, (c) 201 fueron patentes de industriales que representaron un 30,73%, (d) 365 fueron patentes de invención PCT que representaron un 55,81%, y finalmente (e) 1 registro fue de patentes de esquemas de trazado que represento un 0.15%.. Ahora bien, el total de patentes ingresados que más predominan fueron: (a) las patentes de invención PCT, (b) las patentes de diseños industriales, (c) patentes de modelos de utilidad, representando un 93,88%. En las figuras 60 al 62 podemos observar los totales y de donde derivan esos resultados; en este caso, las solicitudes de patentes de invención PCT ecuatorianas registradas fueron 2 en comparación a 363 de solicitudes extranjeras ingresadas, en total 365 en total durante este periodo, asimismo, con mayor frecuencia en el 1er trimestre en el caso de las solicitudes extranjeras y en la mismo 1er trimestre registros extranjeras. Por otro lado, encontramos que 94 solicitudes de patentes industriales que fueron ecuatorianas y 107 patentes industriales que fueron solicitudes extranjeras, sumando en total fueron 201 solicitudes, los mayores registros o ingresos de este tipo de patente ocurren en el 4to trimestre para las ecuatorianas y en el 1er trimestre para las solicitudes extranjeras.

Finalmente, en solicitudes ingresadas de patentes de modelos utilidad ecuatorianas fueron 44 y para las extranjeras se ingresaron 4, en total suman 54 solicitudes, asimismo, en el 1er trimestre se ingresaron más patentes ecuatorianas y durante el 3er trimestre con las solicitudes extranjeras. El promedio total por solicitudes ecuatorianas ingresadas es de 14,25 en comparación a 40,25 de solicitudes ingresadas de otros países.

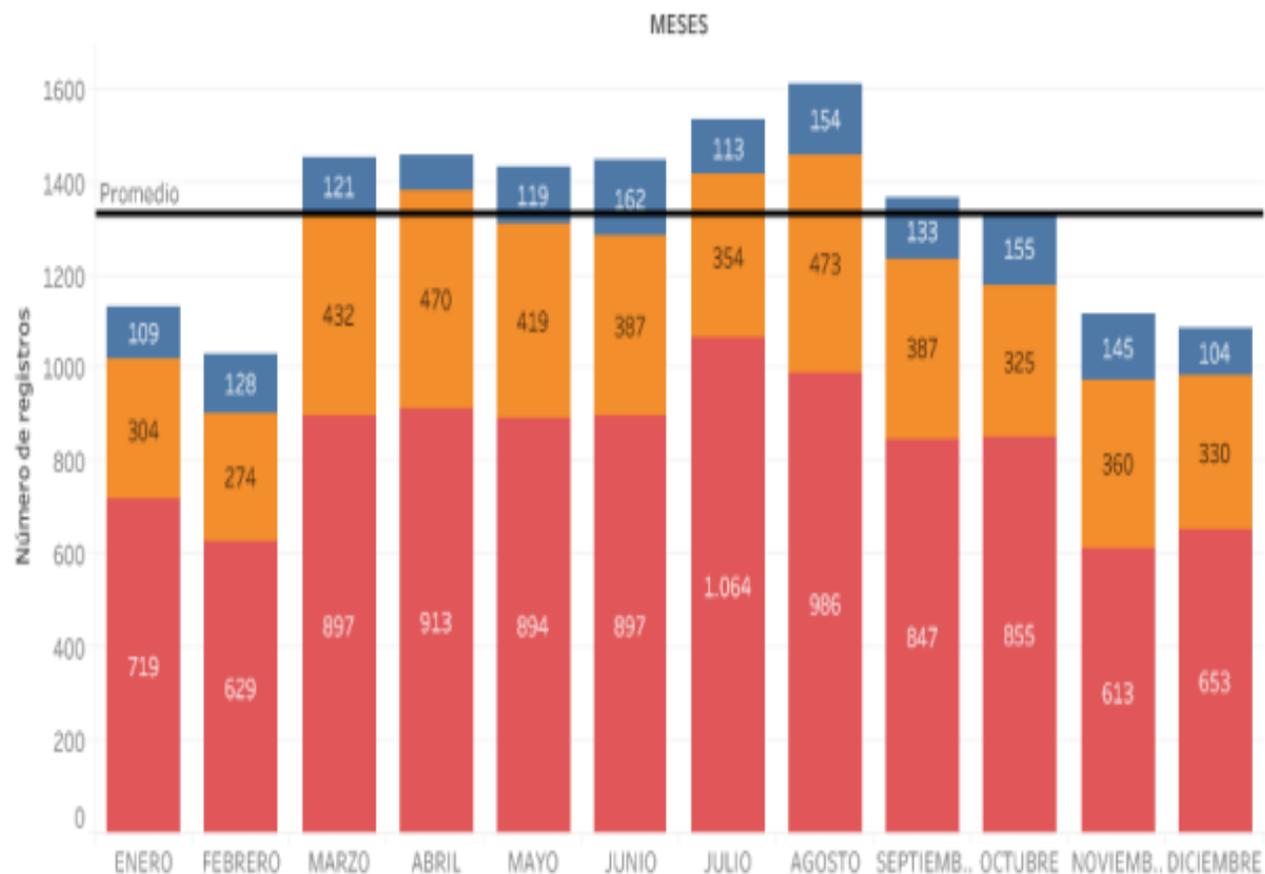
3.1.3 Estadísticas de certificados entregados de derechos de autor y derechos conexos - Periodo 2015 al 2018

CLASE DE OBRA	MESES												Total g.
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
MUSICAL INÉD..											5		5
MUSICAL PUBL..											2		2
ARTÍSTICA INÉD..	56	65	55	54	103	29	81	57	83	46	32	53	714
ARTÍSTICA PUBL..	23	23	62	53	66	24	67	20	18	35	35	17	443
AUDIOVISUAL	20	8	17	20	34	40	28	22	14	13	11	18	245
AUDIOVISUAL P..				3									3
CINEMATOGRÁ..	17	8	19	17	15	28	18	19	18	17	13	9	198
FONOGRAMA	33	28	40	46	26	48	30	28	27	34	25	50	415
FONOGRAMA P..								8	11				19
LITERARIA INÉD..	269	256	364	427	354	324	294	528	299	330	236	285	4.068
LITERARIA POR ..	169	206	215	241	260	352	379	285	254	263	216	193	3.033
LITERARIA PUBL..	242	189	261	234	216	208	226	206	248	156	195	152	2.533
MUSICAL INÉDIL..	192	164	233	200	215	251	178	257	205	283	206	200	2.584
MUSICAL PUBLI..	44	16	43	32	63	29	31	55	54	66	29	38	500
PROGRAMA DE ..	60	62	137	126	69	96	93	120	132	85	102	72	1.154
PROGRAMA DE ..	1	1		1		1				1			5
PROGRAMA DE ..	2	5	3	6	8	14	4	4	2	3	4		55
PUBLICACIÓN P..	4			1	2	1	1	2	2	2	1		16
Total general	1.132	1.031	1.449	1.461	1.432	1.445	1.531	1.611	1.367	1.304	1.112	1.087	15.992

63. Total de certificados ingresados del periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

CLASE DE OBRA	MESES												Total g.
	ENERO	FEBRE.	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE.	OCTUB.	NOVIE.	DICIEM.	
MUSICAL INÉDI.											0,45%		0,03%
MUSICAL PUBLI.											0,18%		0,01%
ARTÍSTICA INÉD.	4,95%	6,30%	3,80%	3,70%	7,10%	2,01%	5,23%	3,54%	6,07%	1,45%	2,88%	4,88%	4,46%
ARTÍSTICA PUBL.	2,03%	2,23%	4,28%	3,63%	4,61%	1,56%	4,38%	1,24%	1,32%	2,62%	3,15%	1,56%	2,77%
AUDIOVISUAL	1,77%	0,78%	1,17%	1,37%	2,37%	2,77%	1,83%	1,37%	1,02%	0,97%	0,99%	1,66%	1,53%
AUDIOVISUAL P.				0,21%									0,02%
CINEMATOGRÁ.	1,50%	0,78%	1,31%	1,16%	1,05%	1,54%	1,18%	1,18%	1,32%	1,27%	1,17%	0,83%	1,24%
FONOGRAMA	2,92%	2,72%	2,76%	3,15%	1,82%	3,32%	1,96%	1,74%	1,90%	2,55%	2,25%	4,60%	2,60%
FONOGRAMA P.								0,50%	0,80%				0,12%
LITERARIA INÉD.	23,76%	24,83%	25,12%	29,23%	24,79%	22,42%	25,80%	32,77%	21,87%	24,74%	21,22%	26,23%	25,44%
LITERARIA POR.	14,93%	19,98%	14,84%	16,50%	18,16%	24,36%	24,76%	17,63%	18,58%	19,72%	19,42%	17,76%	18,97%
LITERARIA PUBL.	21,38%	18,33%	18,01%	16,02%	15,08%	14,33%	14,76%	12,79%	18,14%	11,69%	17,54%	13,98%	15,84%
MUSICAL INÉDI.	14,96%	15,91%	16,08%	13,69%	15,01%	17,37%	11,63%	15,95%	15,00%	21,22%	18,53%	18,40%	16,16%
MUSICAL PUBLI.	3,89%	1,55%	2,97%	2,19%	4,40%	2,01%	2,02%	3,41%	3,95%	4,96%	2,61%	3,50%	3,13%
PROGRAMA DE	5,30%	6,01%	9,45%	8,62%	4,82%	6,64%	6,07%	7,45%	9,66%	6,37%	9,17%	6,62%	7,22%
PROGRAMA DE	0,02%	0,10%		0,07%		0,07%				0,07%			0,03%
PROGRAMA DE	0,18%	0,48%	0,21%	0,41%	0,56%	0,97%	0,26%	0,25%	0,15%	0,22%	0,36%		0,34%
PUBLICACIÓN P.	0,35%			0,07%	0,14%	0,07%	0,07%	0,12%	0,15%	0,15%	0,09%		0,10%

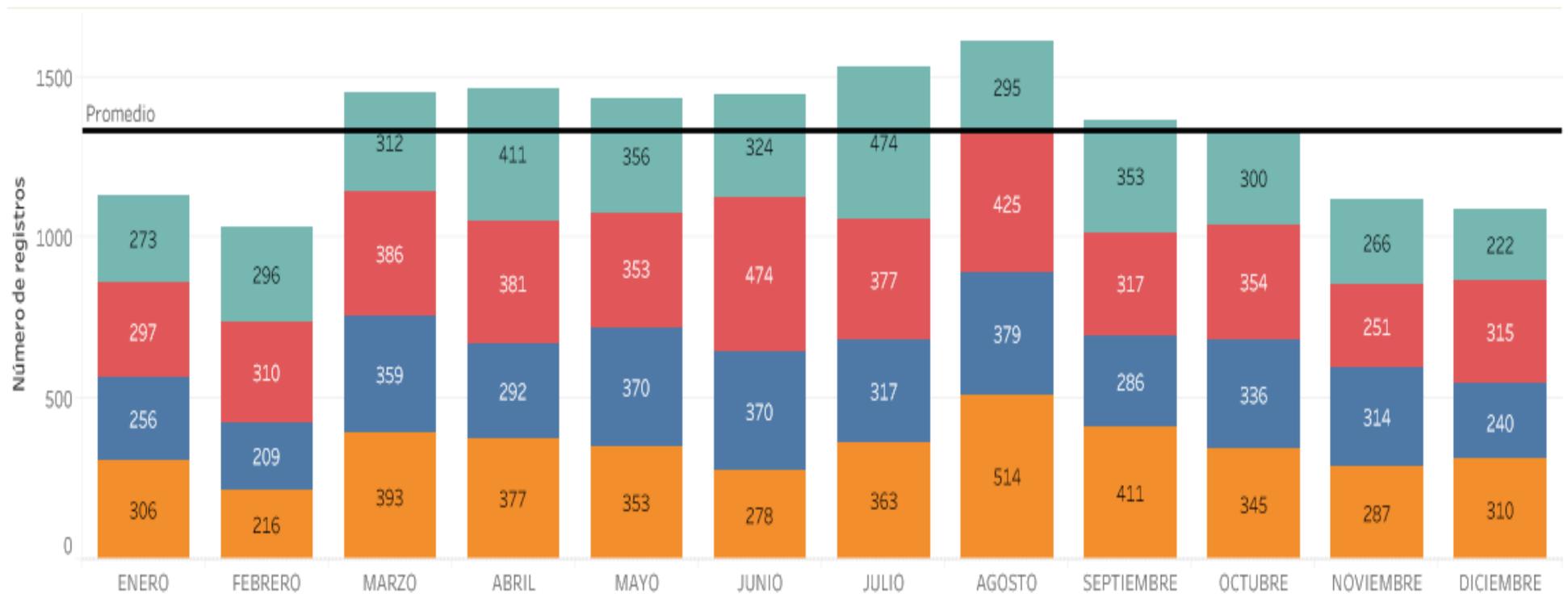
64. Porcentajes de certificados ingresados del periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



65. Gráfico del Total de certificados ingresados por oficinas del periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

MESES	CIUDAD		
	CUENCA	GUAYAQUIL	QUITO
ENERO	9,63%	26,86%	63,52%
FEBRERO	12,42%	26,58%	61,01%
MARZO	8,34%	29,79%	61,86%
ABRIL	5,34%	32,17%	62,49%
MAYO	8,31%	29,26%	62,43%
JUNIO	11,20%	26,76%	62,03%
JULIO	7,38%	23,12%	69,50%
AGOSTO	9,55%	29,32%	61,13%
SEPTIEMBRE	9,73%	28,31%	61,96%
OCTUBRE	11,61%	24,34%	64,04%
NOVIEMBRE	12,97%	32,20%	54,83%
DICIEMBRE	9,57%	30,36%	60,07%
Total gener..	9,50%	28,21%	62,28%

66. Porcentajes de certificados ingresados por oficinas del periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



67. Gráfico Total de certificados ingresados del periodo 2015 al 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como vemos en las figuras 63 al 64, se muestra que 15.992 fueron los certificados entregados de derechos de autor y los derechos conexos, se puede apreciar 18 ítems de protección y las oficinas principales donde se entregan dichos certificados. Entre los derechos propuestos tenemos: (a) Musical inédita, en total hubo 5 certificados (0,03%), (b) Música publicada, en total 2 certificados (0,01%), (c) Artística inédita, en total hubo 741 (4,46%), (d) Artística publicada, en total 443 certificados (2,77%), (e) Audiovisual, en total hubo 245 certificados (1,53%), (f) Audiovisual publicada, en total hubo 3 certificados (0,02%), (g) Cinematografía, en total hubo 198 certificados (1,24%), (h) Fonograma, en total hubo 415 certificaciones (2,60%), (i) Fonograma publicada, en total hubo 19 certificados (0,12%), (j) Literario inédita, en total hubo 4.068 certificados (25,44%), (k) Literaria por publicarse, en total hubo 3.033 certificaciones (18,97%), (l) Literaria publicada, en total hubo 2.533 certificados (15,84%), (m) Musical inédita, en total hubo 2.584 (16,16%), (n) Musical publicada, en total hubo 500 certificados (3,13%), (o) Programa de ordenador, en total hubo 1.154 (7,22%), (p) Programa de radio, en total 5 certificados (0,03%), (q) Programa de televisión, en total hubo 55 certificaciones (0,34%), y finalmente (r) Publicación periódica, en total hubo 16 certificados (0,10%) se ingresados durante el periodo 2015 al 2018. En la figura 67 podemos ver un cuadro global de todos los certificados entregados durante el periodo comprendido del 2015 al 2018, en el análisis por año se describirá en el análisis siguiente.

Dentro de las oficinas encontramos las más pobladas entre ellas: (a) Guayaquil, (b) Quito y (c) Cuenca; en la ciudad de Guayaquil fueron entregados 4.515 certificados que represento un 28,21%, en la ciudad Quito fueron entregados 9.967 certificado que represento un 62,28% y finalmente en la ciudad de Cuenca fueron entregados 1.521 certificados que represento un 9, 50%. El total fueron 16.003 certificados entregados durante el periodo de

2015 al 2018 y con un promedio de 1.333, 58. Finalmente, los certificados que más se otorgan son: literaria inédita, literaria por publicarse, Literaria publicada, Musical inédita, y programa de ordenados, que represen in 83.63% de los certificado.

3.1.3.1 Análisis e descripción por años

3.1.3.1.1 Año 2015

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉD..	35	17	13	8	52	5	24	12	16	15	1	5	203
ARTÍSTICA PUBLICADA	1		11	26	10	7	15	7	4	11	6	2	100
AUDIOVISUAL	4	2	3	9	17	7	17	8	7	4	4	4	86
CINEMATOGRÁ..		1	7	9	6	11	1		3	6	4	3	51
FONOGRAMA	3	12	9	14	8	7	5	8	6	7	6	5	90
LITERARIA INÉD..	55	82	88	159	97	98	193	112	92	123	63	61	1.329
LITERARIA POR ..	45	61	41	58	46	63	85	32	60	33	46	39	609
LITERARIA PUBLICADA	60	58	65	29	52	45	43	43	97	39	70	27	628
MUSICAL INÉDI..	32	35	28	55	36	38	48	36	33	27	47	57	472
MUSICAL PUBLI..	13	5	4	12	10		1	12	6	4	3	1	71
PROGRAMA DE ORDENADOR	23	20	43	30	22	42	42	24	29	30	16	18	339
PROGRAMA DE ..				1		1							2
PROGRAMA DE ..	1	3											4
PUBLICACIÓN PERIÓDICA	1			1						1			3
Total general	273	296	312	411	356	324	474	294	353	300	266	222	3.881

68. Total de certificados ingresados del periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

CLASE DE OBRA	MESES												Total g.
	ENERO	FEBRE.	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE.	OCTUB.	NOVIE.	DICIEM.	
ARTÍSTICA INÉDITA	12,82%	5,74%	4,17%	1,95%	14,81%	1,54%	5,06%	4,08%	4,53%	5,00%	0,38%	2,25%	5,23%
ARTÍSTICA PUBLICADA	0,37%		3,53%	6,33%	2,81%	2,16%	3,16%	2,38%	1,13%	3,67%	2,26%	0,90%	2,58%
AUDIOVISUAL	1,47%	0,68%	0,96%	2,19%	4,78%	2,16%	3,59%	2,72%	1,98%	1,33%	1,50%	1,80%	2,22%
CINEMATOGRAFÍA		0,34%	2,24%	2,19%	1,69%	3,40%	0,21%		0,85%	2,00%	1,50%	1,35%	1,31%
FONOGRAMA	1,10%	4,05%	2,88%	3,41%	2,25%	2,16%	1,05%	2,72%	1,70%	2,33%	2,26%	2,25%	2,32%
LITERARIA INÉDITA	20,16%	27,70%	28,21%	38,69%	27,25%	30,25%	40,72%	38,10%	26,06%	41,00%	23,68%	27,48%	31,51%
LITERARIA POR PUBLICARSE	16,48%	20,61%	13,14%	14,11%	12,92%	12,44%	17,93%	10,88%	17,00%	11,00%	17,23%	17,57%	15,69%
LITERARIA PUBLICADA	21,98%	19,59%	20,83%	7,06%	14,61%	13,89%	9,07%	14,63%	27,48%	13,00%	26,32%	12,16%	16,18%
MUSICAL INÉDITA	11,72%	11,82%	8,97%	13,38%	10,11%	11,73%	10,13%	12,24%	9,35%	9,00%	17,67%	25,68%	12,16%
MUSICAL PUBLICADA	4,76%	1,69%	1,28%	2,92%	2,81%		0,21%	4,08%	1,70%	1,33%	1,13%	0,45%	1,83%
PROGRAMA DE ORDENADOR	8,42%	6,76%	13,78%	7,30%	6,18%	12,96%	8,86%	8,16%	8,22%	10,00%	6,02%	8,11%	8,73%
PROGRAMA DE RADIO				0,24%		0,31%							0,05%
PROGRAMA DE TELEVISIÓN	0,37%	1,01%											0,10%
PUBLICACIÓN PERIÓDICA	0,37%			0,24%						0,33%			0,08%

69. Porcentajes de certificados ingresados del periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



MESES	CIUDAD		
	CUENCA	GUAYAQUIL	QUITO
ENERO	17,95%	21,25%	60,81%
FEBRERO	19,59%	24,66%	55,74%
MARZO	10,26%	27,24%	62,50%
ABRIL	3,89%	35,52%	60,58%
MAYO	8,71%	29,78%	61,52%
JUNIO	8,64%	32,72%	58,64%
JULIO	10,13%	19,62%	70,25%
AGOSTO	7,80%	41,02%	51,19%
SEPTIEMBRE	12,18%	33,71%	54,11%
OCTUBRE	7,00%	30,00%	63,00%
NOVIEMBRE	9,40%	39,47%	51,13%
DICIEMBRE	7,66%	28,38%	63,96%
Total gener..	10,07%	30,01%	59,92%

72. Gráfico del Total de certificados ingresados por oficinas del periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

73. Porcentajes de certificados ingresados por oficinas del periodo 2015. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como podemos visualizar, las tablas de este periodo muestran que hay 3.881 solicitudes entregadas de diferentes tipos de certificados de derecho de autor y derecho de conexos, entre ellas tenemos: (a) Musical inédita, en total hubo 203 certificados (5,23%), (b) Artística publicada, en total 100 certificados (2,58%), (c) Audiovisual, en total hubo 86 certificados (2,22%), (d) Cinematografía, en total hubo 51 certificados (1,31%), (h) Fonograma, en total hubo 90 certificaciones (2,32%), (e) Fonograma publicada, en total hubo 19 certificados (0,12%), (f) Literario inédita, en total hubo 1.223 certificados (31,51%), (g) Literaria por publicarse, en total hubo 609 certificaciones (15,69%), (h) Literaria publicada, en total hubo 628 certificados (16,18%), (i) Musical inédita, en total hubo 472 (12,16%), (n) Musical publicada, en total hubo 71 certificados (1,83%), (j) Programa de ordenador, en total hubo 339 (8,73%), (k) Programa de radio, en total 2 certificados (0,05%), (q) Programa de televisión, en total hubo 4 certificaciones (0,10%), y finalmente (r) Publicación periódica, en total hubo 3 certificados (0,08%) se ingresados durante el periodo 2015 al 2018. También podemos visualizar los totales de certificados entregados por mes: (a) 273 certificados en enero, (b) 296 certificados en febrero, (c) 312 certificados en marzo, (d) 411 certificados en marzo, (e) 356 certificados en mayo, (f) 324 certificados en junio, (g) 474 certificados en julio, (h) 294 certificados en agosto, (i) 353 certificados en septiembre, (j) 300 certificados en octubre, (k) 266 certificados en noviembre (l) 222 certificados en diciembre durante el periodo 2015. El promedio total de certificados entregados fue de 323,50.

Dentro de las oficinas encontramos las más pobladas entre ellas (figuras 72 y 73): (a) Guayaquil, (b) Quito y (c) Cuenca; en la ciudad de Guayaquil fueron entregados 1.165 certificados que represento un 30,01%, en la ciudad Quito fueron entregados 2.326 certificado que represento un 59,92% y finalmente en la ciudad de Cuenca fueron entregados 381 certificados que represento un 10, 07%. El total fueron 3.872 certificados entregados

durante el periodo de 2015 al 2018 y con un promedio de 323, 50. Finalmente, los certificados que más se otorgan son: literaria inédita, literaria por publicarse, Literaria publicada, Musical inédita, y programa de ordenados, que represen in 88.27% de los certificados.

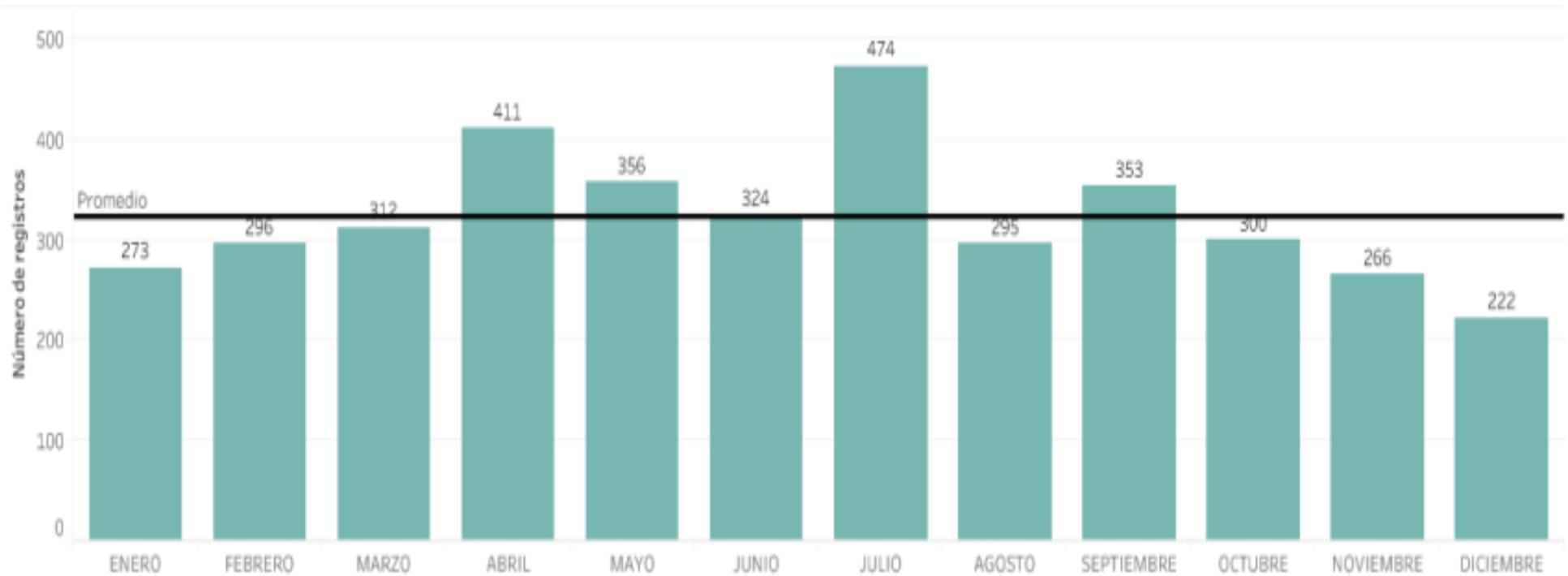
3.1.3.1.2 Año 2016

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉDITA	1	21	10	11	14	7	5	5	4	5	9	23	115
ARTÍSTICA PUBLICADA	16	13	18	8	5	1	24	4	1	1	2	2	95
AUDIOVISUAL	2	4	5	8	3	5	4	7	2	4	1	2	47
CINEMATOGRAF.	7	2	2	3	4	6	4	1	4	7	4	5	49
FONOGRAMA	16	10	14	19	7	21	5	11	9	7	5	35	159
LITERARIA INÉDITA	52	83	107	59	81	83	64	79	60	63	48	64	849
LITERARIA POR PUBLICARSE	46	48	43	84	108	205	152	135	71	86	73	64	1.104
LITERARIA PUBLICADA	48	44	88	60	33	32	45	78	36	47	28	35	574
MUSICAL INÉDITA	82	67	55	47	64	74	38	58	83	78	81	57	744
MUSICAL PUBLICADA	16	4	12	7	20	9	12	16	18	20	8	26	168
PROGRAMA DE ORDENADOR	8	14	31	71	14	30	21	28	46	28	10	12	313
PROGRAMA DE TELEVISIÓN	1			4			3	1	1	2	2		14
PUBLICACIÓN PERIÓDICA	2							1	2	1			6
Total general	297	310	385	381	353	473	377	424	317	354	251	315	4.237

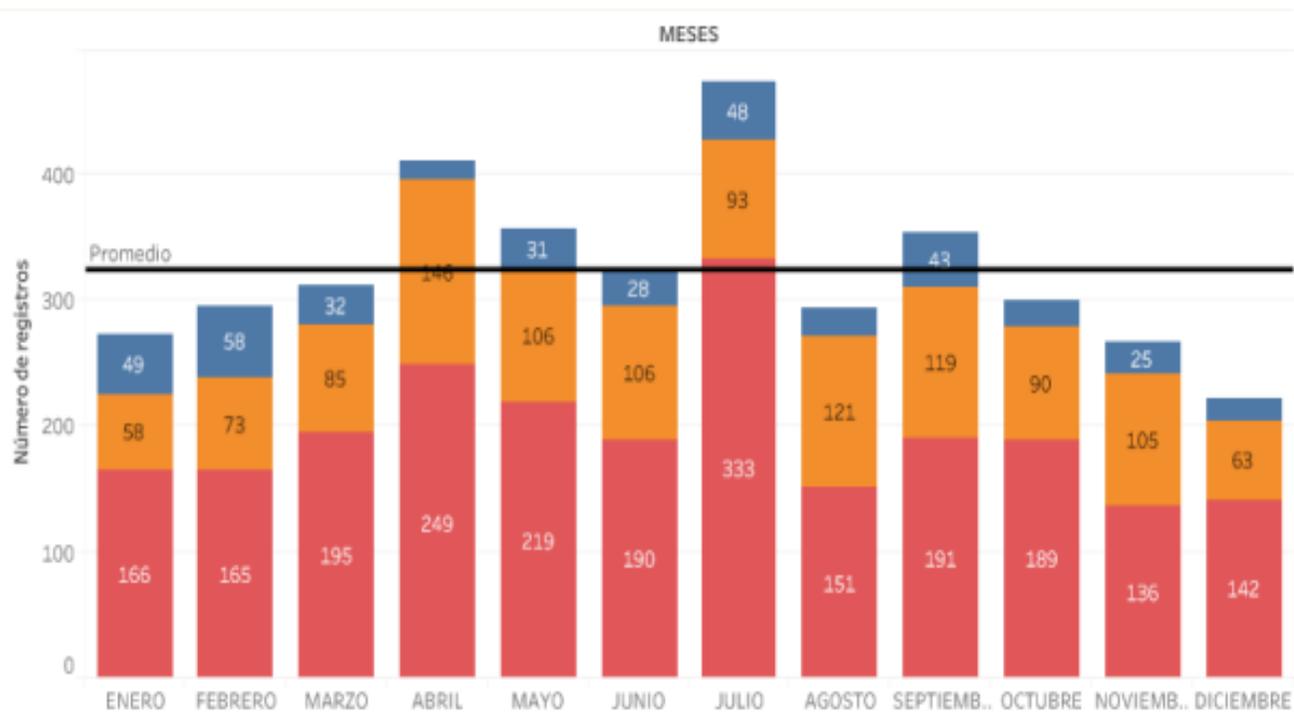
74. Total de certificados ingresados del periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉDITA	0,34%	6,77%	2,60%	2,89%	3,97%	1,48%	1,33%	1,18%	1,26%	1,41%	3,59%	7,30%	2,71%
ARTÍSTICA PUBLICADA	5,39%	4,19%	4,68%	2,10%	1,42%	0,21%	6,37%	0,94%	0,32%	0,28%	0,80%	0,63%	2,24%
AUDIOVISUAL	0,67%	1,29%	1,30%	2,10%	0,85%	1,06%	1,06%	1,65%	0,63%	1,13%	0,40%	0,63%	1,11%
CINEMATOGRAFÍA	2,36%	0,65%	0,52%	0,79%	1,13%	1,27%	1,06%	0,24%	1,26%	1,98%	1,50%	1,59%	1,16%
FONOGRAMA	5,39%	3,23%	3,64%	4,99%	1,98%	4,44%	1,33%	2,59%	2,84%	1,98%	1,99%	11,11%	3,75%
LITERARIA INÉDITA	17,51%	26,77%	27,79%	15,49%	22,95%	17,55%	16,98%	18,63%	18,93%	19,49%	19,12%	20,32%	20,04%
LITERARIA POR PUBLICARSE	15,49%	15,48%	11,17%	22,05%	30,59%	43,34%	40,32%	31,84%	22,40%	24,01%	29,08%	17,14%	26,06%
LITERARIA PUBLICADA	18,16%	14,19%	22,86%	13,75%	9,35%	8,77%	11,94%	18,40%	11,36%	13,28%	11,16%	11,11%	13,55%
MUSICAL INÉDITA	27,61%	21,61%	14,29%	12,34%	18,13%	15,64%	10,08%	13,68%	19,87%	22,03%	24,30%	18,10%	17,56%
MUSICAL PUBLICADA	5,39%	1,29%	3,12%	1,84%	5,67%	1,90%	3,18%	3,77%	5,68%	5,65%	3,19%	8,25%	3,97%
PROGRAMA DE ORDENADOR	2,69%	4,52%	8,05%	18,64%	3,97%	6,34%	5,57%	6,60%	14,51%	7,91%	3,98%	3,81%	7,39%
PROGRAMA DE TELEVISIÓN	0,34%			1,05%			0,80%	0,24%	0,32%	0,56%	0,80%		0,33%
PUBLICACIÓN PERIÓDICA	0,67%							0,24%	0,63%	0,28%			0,14%

75. Porcentajes de certificados ingresados del periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



76. Gráfico Total de certificados ingresados del periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



77. Gráfico del Total de certificados ingresados por oficinas del periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

MESES	CIUDAD		
	CUENCA	GUAYAQUIL	QUITO
ENERO	17,95%	21,25%	60,81%
FEBRERO	19,59%	24,66%	55,74%
MARZO	10,26%	27,24%	62,50%
ABRIL	3,89%	35,52%	60,58%
MAYO	8,71%	29,78%	61,52%
JUNIO	8,64%	32,72%	58,64%
JULIO	10,13%	19,62%	70,25%
AGOSTO	7,80%	41,02%	51,19%
SEPTIEMBRE	12,18%	33,71%	54,11%
OCTUBRE	7,00%	30,00%	63,00%
NOVIEMBRE	9,40%	39,47%	51,13%
DICIEMBRE	7,66%	28,38%	63,96%
Total gener..	10,07%	30,01%	59,92%

78. Porcentajes de certificados ingresados por oficinas del periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como podemos visualizar, las tablas de este periodo muestran que hay 4.237 solicitudes entregadas de diferentes tipos de certificados de derecho de autor y derecho de conexos, entre ellas tenemos: (a) Artística inédita, en total hubo 115 (2,71%), (b) Artística publicada, en total 95 certificados (2,24%), (c) Audiovisual, en total hubo 47 certificados (1,11%), (d) Cinematografía, en total hubo 49 certificados (1,16%), (e) Fonograma, en total hubo 159 certificaciones (3,75%), (f) Literario inédita, en total hubo 846 certificados (20,04%), (g) Literaria por publicarse, en total hubo 1.104 certificaciones (26,06%), (h) Literaria publicada, en total hubo 574 certificados (13,55%), (i) Musical inédita, en total hubo 744 (17,56%), (j) Musical publicada, en total hubo 168 certificados (3,97%), (k) Programa de ordenador, en total hubo 313 (7,39%), (l) Programa de televisión, en total hubo 14 certificaciones (0,33%), y finalmente (m) Publicación periódica, en total hubo 6 certificados (0,14%) durante el periodo 2015 al 2018. También podemos visualizar los totales de certificados entregados por mes: (a) 297 certificados en enero, (b) 310 certificados en febrero, (c) 385 certificados en marzo, (d) 381 certificados en abril, (e) 353 certificados en mayo, (f) 473 certificados en junio, (g) 377 certificados en julio, (h) 424 certificados en agosto, (i) 317 certificados en septiembre, (j) 354 certificados en octubre, (k) 251 certificados en noviembre, (l) 315 certificados en diciembre durante el periodo 2015. El promedio total de certificados entregados fue de 353,33.

Dentro de las oficinas encontramos las más pobladas entre ellas (figuras 77 y 78): (a) Guayaquil, (b) Quito y (c) Cuenca; en la ciudad de Guayaquil fueron entregados 1.070 certificados que represento un 25,24%, en la ciudad Quito fueron entregados 2.597 certificado que represento un 61,25% y finalmente en la ciudad de Cuenca fueron entregados 573 certificados que represento un 13, 51%. El total fueron 4.240 certificados entregados durante el periodo de 2015 al 2018 y con un promedio de 353, 33. Finalmente, los

certificados que más se otorgan son: literaria inédita, literaria por publicarse, Literaria publicada, Musical inédita y publicada que representó un 81.18% de los certificados.

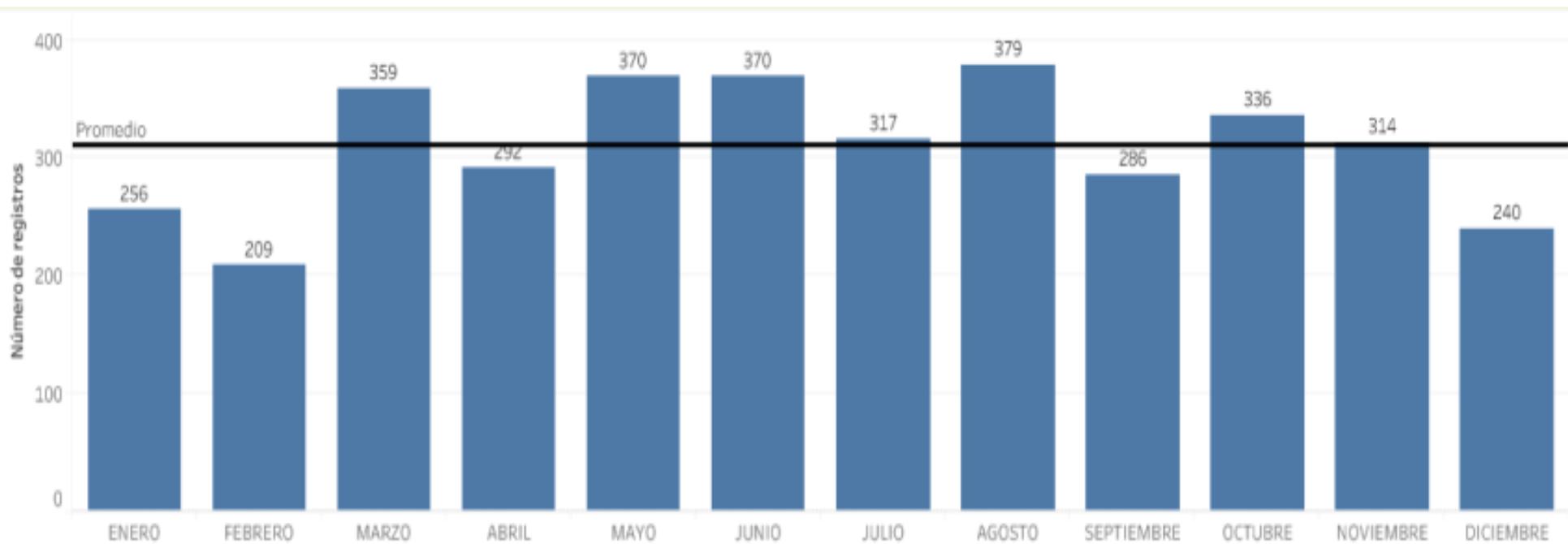
3.1.3.1.3 Año 2017

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉD..	12	18	9	7	12	12	11	26	14	16	12	12	161
ARTÍSTICA PUBL..	4	8	12	8	25	6	24	5	8	10	15	5	130
AUDIOVISUAL	14		7	3	9	20	6	2	1	1	2	9	74
CINEMATOGRÁ..	1	1	3	5	4	9	9	6	8	3	3	1	53
FONOGRAMA	8	5	7	5	5	13	10			10	10	4	77
FONOGRAMA P..								8	11				19
LITERARIA INÉD..	68	45	87	100	115	93	68	75	61	79	64	51	906
LITERARIA POR ..	34	63	76	51	58	35	45	40	52	58	49	45	606
LITERARIA PUBL..	67	41	65	70	94	97	93	48	35	44	50	36	740
MUSICAL INÉDI..	33	22	78	34	37	67	40	126	54	101	53	56	701
MUSICAL PUBLI..	13	4	12	7	1	5	10	18	14	12	10	6	112
PROGRAMA DE ..								25	27		44	15	111
PROGRAMA DE ..	1	1								1			3
PROGRAMA DE ..		1	3	2	8	13	1		1	1	2		32
PUBLICACIÓN P..	1				2								3
Total general	256	209	359	292	370	370	317	379	286	336	314	240	3.728

79. Total de certificados ingresados del periodo 2016. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉD..	4,69%	8,61%	2,51%	2,40%	3,24%	3,24%	3,47%	6,86%	4,90%	4,76%	3,82%	5,00%	4,32%
ARTÍSTICA PUBLICADA	1,56%	3,83%	3,34%	2,74%	6,76%	1,62%	7,57%	1,32%	2,80%	2,98%	4,78%	2,08%	3,49%
AUDIOVISUAL	5,47%		1,95%	1,03%	2,43%	5,41%	1,89%	0,53%	0,35%	0,30%	0,64%	3,75%	1,98%
CINEMATOGRÁ..	0,39%	0,48%	0,84%	1,71%	1,08%	2,43%	2,84%	1,58%	2,80%	0,89%	0,96%	0,42%	1,42%
FONOGRAMA	3,13%	2,39%	1,95%	1,71%	1,35%	3,51%	3,15%			2,98%	3,18%	1,67%	2,07%
FONOGRAMA P..								2,11%	3,85%				0,51%
LITERARIA INÉDITA	26,56%	21,53%	24,23%	34,25%	31,08%	25,14%	21,45%	19,79%	21,33%	23,51%	20,38%	21,25%	24,30%
LITERARIA POR ..	13,28%	30,14%	21,17%	17,47%	15,68%	9,46%	14,20%	10,55%	18,18%	17,26%	15,61%	18,75%	16,26%
LITERARIA PUBLICADA	26,17%	19,62%	18,11%	23,97%	25,41%	26,22%	29,34%	12,66%	12,24%	13,10%	15,92%	15,00%	19,85%
MUSICAL INÉDI..	12,89%	10,53%	21,73%	11,64%	10,00%	18,11%	12,62%	33,25%	18,88%	30,06%	16,88%	23,33%	18,80%
MUSICAL PUBLI..	5,08%	1,91%	3,34%	2,40%	0,27%	1,35%	3,15%	4,75%	4,90%	3,57%	3,18%	2,50%	3,00%
PROGRAMA DE ORDENADOR								6,60%	9,44%		14,01%	6,25%	2,98%
PROGRAMA DE ..	0,39%	0,48%								0,30%			0,08%
PROGRAMA DE TELEVISIÓN		0,48%	0,84%	0,68%	2,16%	3,51%	0,32%		0,35%	0,30%	0,64%		0,86%
PUBLICACIÓN P..	0,39%				0,54%								0,08%

80. Porcentajes de certificados ingresados del periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



81. Gráfico Total de certificados ingresados del periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



82. Gráfico del Total de certificados ingresados por oficinas del periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

MESES	CIUDAD		
	CUENCA	GUAYAQUIL	QUITO
ENERO	6,25%	34,38%	59,38%
FEBRERO	9,09%	22,97%	67,94%
MARZO	9,47%	32,59%	57,94%
ABRIL	6,16%	29,79%	64,04%
MAYO	6,22%	33,51%	60,27%
JUNIO	7,57%	28,11%	64,32%
JULIO	6,31%	21,14%	72,56%
AGOSTO	3,17%	31,66%	65,17%
SEPTIEMBRE	7,34%	24,83%	67,83%
OCTUBRE	11,01%	18,15%	70,83%
NOVIEMBRE	15,29%	26,75%	57,96%
DICIEMBRE	6,25%	27,08%	66,67%
Total gener..	7,81%	27,79%	64,40%

83. Porcentajes de certificados ingresados por oficinas del periodo 2017. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como podemos visualizar, las tablas de este periodo muestran que hay 3.728 solicitudes entregadas de diferentes tipos de certificados de derecho de autor y derecho de conexos, entre ellas tenemos: (a) Artística inédita, en total hubo 161 (4,32%), (b) Artística publicada, en total 130 certificados (3,49%), (c) Audiovisual, en total hubo 74 certificados (1,98%), (d) Cinematografía, en total hubo 53 certificados (1,42%), (e) Fonograma, en total hubo 77 certificaciones (2,07%), (f) Fonograma publicada, en total hubo 19 certificaciones (0,51%), (g) Literario inédita, en total hubo 906 certificados (24,30%), (h) Literaria por publicarse, en total hubo 606 certificaciones (16,26%), (i) Literaria publicada, en total hubo 740 certificados (19,85%), (j) Musical inédita, en total hubo 701 (18,80%), (k) Musical publicada, en total hubo 112 certificados (3%), (l) Programa de ordenador, en total hubo 111 (2,98%), (m) Programa de radio, en total hubo 3 certificaciones (0,88%), (n) Programa de televisión, en total hubo 32 certificaciones (0,86%), y finalmente (o) Publicación periódica, en total hubo 3 certificados (0,08%) durante el periodo 2015 al 2018. También podemos visualizar los totales de certificados entregados por mes: (a) 256 certificados en enero, (b) 209 certificados en febrero, (c) 359 certificados en marzo, (d) 292 certificados en abril, (e) 370 certificados en mayo, (f) 370 certificados en junio, (g) 317 certificados en julio, (h) 379 certificados en agosto, (i) 286 certificados en septiembre, (j) 336 certificados en octubre, (k) 314 certificados en noviembre, (l) 240 certificados en diciembre durante el periodo 2015. El promedio total de certificados entregados fue de 310,67.

Dentro de las oficinas encontramos las más pobladas entre ellas (figuras 82 y 83): (a) Guayaquil, (b) Quito y (c) Cuenca; en la ciudad de Guayaquil fueron entregados 1.036 certificados que represento un 27,79%, en la ciudad Quito fueron entregados 2.401 certificado que represento un 64,40%, y finalmente en la ciudad de Cuenca fueron entregados 291 certificados que represento un 7, 81%. El total fueron 3.728 certificados entregados

durante el periodo de 2015 al 2018 y con un promedio de 310, 67. Finalmente, los certificados que más se otorgan son: literaria inédita, literaria por publicarse, Literaria publicada, Musical inédita, y artística inédita, que represen in 83.53% de los certificados.

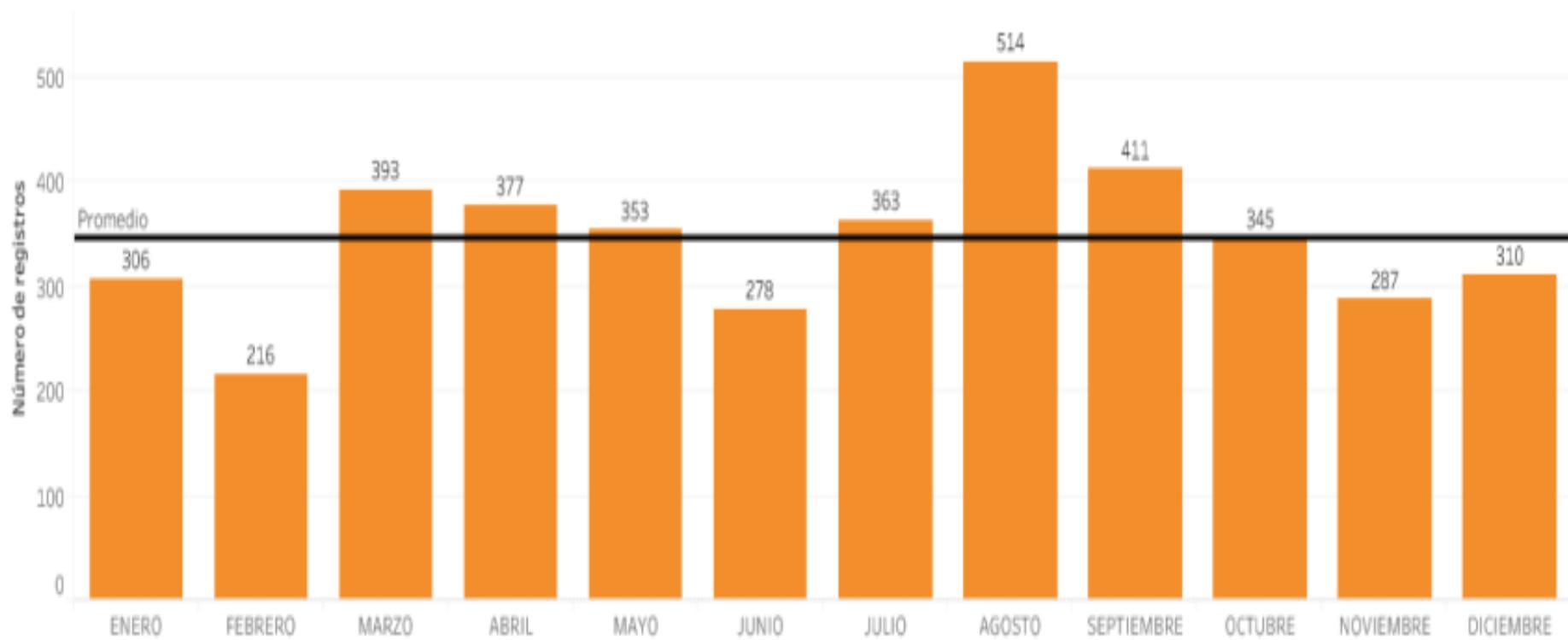
3.1.3.1.4 Año 2018

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉD..	8	9	23	28	25	5	41	14	49	10	10	13	235
ARTÍSTICA PUBLICADA	2	2	21	11	26	10	4	4	5	13	12	8	118
AUDIOVISUAL		2	2		5	8	1	5	4	4	4	3	38
AUDIOVISUAL P..				3									3
CINEMATOGRÁ..	9	4	7		1	2	4	12	3	1	2		45
FONOGRAMA	6	1	10	8	6	7	10	9	12	10	4	6	89
LITERARIA INÉD..	94	46	82	109	62	50	70	262	86	59	61	109	1.090
LITERARIA POR PUBLICARSE	44	34	55	48	48	49	97	78	71	87	48	55	714
LITERARIA PUBL..	67	46	43	75	37	34	45	37	80	26	47	54	591
MUSICAL INÉDI..	45	40	72	64	78	72	52	37	55	77	50	30	672
MUSICAL PUBLICADA	2	3	15	6	32	15	8	9	16	30	10	5	151
PROGRAMA DE ..	29	28	63	25	33	24	30	43	30	27	32	27	391
PROGRAMA DE ..		1				1		3					5
PUBLICACIÓN PERIÓDICA						1	1	1			1		4
Total general	306	216	393	377	353	278	363	514	411	344	281	310	4.146

84. Total de certificados ingresados del periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

CLASE DE OBRA	MESES												Total g..
	ENERO	FEBRE..	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIE..	OCTUB..	NOVIE..	DICIEM..	
ARTÍSTICA INÉDITA	2,61%	4,17%	5,85%	7,43%	7,08%	1,80%	11,29%	2,72%	11,92%	2,91%	3,56%	4,19%	5,67%
ARTÍSTICA PUBLICADA	0,65%	0,93%	5,34%	2,92%	7,37%	3,60%	1,10%	0,78%	1,22%	3,78%	4,27%	2,58%	2,85%
AUDIOVISUAL		0,93%	0,51%		1,42%	2,88%	0,28%	0,97%	0,97%	1,16%	1,42%	0,97%	0,92%
AUDIOVISUAL PUBLICADA				0,80%									0,07%
CINEMATOGRÁ..	2,94%	1,85%	1,78%		0,28%	0,72%	1,10%	2,33%	0,73%	0,29%	0,71%		1,09%
FONOGRAMA	1,96%	0,46%	2,54%	2,12%	1,70%	2,52%	2,75%	1,75%	2,92%	2,91%	1,42%	1,94%	2,15%
LITERARIA INÉDITA	30,72%	21,30%	20,87%	28,91%	17,56%	17,99%	19,28%	50,97%	20,92%	17,15%	21,71%	35,16%	26,29%
LITERARIA POR PUBLICARSE	14,38%	15,74%	13,99%	12,73%	13,60%	17,63%	26,72%	15,18%	17,27%	25,29%	17,08%	17,74%	17,22%
LITERARIA PUBLICADA	21,90%	21,30%	10,94%	19,89%	10,48%	12,23%	12,40%	7,20%	19,46%	7,56%	16,73%	17,42%	14,25%
MUSICAL INÉDITA	14,71%	18,52%	18,32%	16,98%	22,10%	25,90%	14,33%	7,20%	13,38%	22,38%	17,79%	9,68%	16,21%
MUSICAL PUBLICADA	0,65%	1,39%	3,82%	1,59%	9,07%	5,40%	2,20%	1,75%	3,89%	8,72%	3,56%	1,61%	3,64%
PROGRAMA DE ORDENADOR	9,48%	12,96%	16,03%	6,63%	9,35%	8,63%	8,26%	8,37%	7,30%	7,85%	11,39%	8,71%	9,43%
PROGRAMA DE TELEVISIÓN		0,46%					0,36%		0,58%				0,12%
PUBLICACIÓN PERIÓDICA						0,36%	0,28%	0,19%			0,36%		0,10%

85. Porcentajes de certificados ingresados del periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



86. Gráfico Total de certificados ingresados del periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.



87. Gráfico del Total de certificados ingresados por oficinas del periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

MESES	CIUDAD		
	CUENCA	GUAYAQUIL	QUITO
ENERO	7,52%	21,57%	70,92%
FEBRERO	8,33%	32,87%	58,80%
MARZO	5,09%	26,97%	67,94%
ABRIL	3,98%	33,69%	62,33%
MAYO	9,63%	31,16%	59,21%
JUNIO	5,40%	35,97%	58,63%
JULIO	4,41%	26,45%	69,15%
AGOSTO	5,25%	24,32%	70,43%
SEPTIEMBRE	7,54%	30,41%	62,04%
OCTUBRE	7,83%	28,12%	64,06%
NOVIEMBRE	4,88%	34,49%	60,63%
DICIEMBRE	8,39%	39,35%	52,26%
Total gener..	6,41%	29,95%	63,64%

88. Porcentajes de certificados ingresados por oficinas del periodo 2018. Obtenido de Unidad de Gestión de Desarrollo Tecnológico.

Como podemos visualizar, las tablas de este periodo muestran que hay 4.146 solicitudes entregadas de diferentes tipos de certificados de derecho de autor y derecho de conexos, entre ellas tenemos: (a) Artística inédita, en total hubo 235 (5,67%), (b) Artística publicada, en total 118 certificados (2,85%), (c) Audiovisual, en total hubo 38 certificados (0,92%), (d) Audiovisual publicada, en total hubo 3 certificados (0,07%), (e) Cinematografía, en total hubo 45 certificados (1,09%), (f) Fonograma, en total hubo 89 certificaciones (2,15%), (g) Literario inédita, en total hubo 1.090 certificados (26,29%), (h) Literaria por publicarse, en total hubo 714 certificaciones (17,22%), (i) Literaria publicada, en total hubo 591 certificados (14,25%), (j) Musical inédita, en total hubo 672 (16,09%), (k) Musical publicada, en total hubo 151 certificados (3,59%), (l) Programa de ordenador, en total hubo 391 (9,43%), (m) Programa de televisión, en total hubo 5 certificaciones (0,812%), y finalmente (o) Publicación periódica, en total hubo 4 certificados (0,10%) durante el periodo 2015 al 2018. También podemos visualizar los totales de certificados entregados por mes: (a) 306 certificados en enero, (b) 216 certificados en febrero, (c) 393 certificados en marzo, (d) 377 certificados en abril, (e) 353 certificados en mayo, (f) 278 certificados en junio, (g) 363 certificados en julio, (h) 514 certificados en agosto, (i) 411 certificados en septiembre, (j) 344 certificados en octubre, (k) 281 certificados en noviembre, (l) 310 certificados en diciembre durante el periodo 2015. En promedio de certificados entregados fue de 346,08.

Dentro de las oficinas encontramos las más pobladas entre ellas: (a) Guayaquil, (b) Quito y (c) Cuenca; en la ciudad de Guayaquil fueron entregados 1.241 certificados que represento un 25,95%, en la ciudad Quito fueron entregados 2.643 certificado que represento un 63,64%, y finalmente en la ciudad de Cuenca fueron entregados 266 certificados que represento un 6,41%. El total fueron 4.150 certificados entregados durante el periodo de 2015 al 2018 y con un promedio de 346,08. Finalmente, los certificados que más se otorgan

son: literaria inédita, literaria por publicarse, Literaria publicada, Musical inédita, y artística inédita, que represen in 83.28% de los certificados.

Recolección y Análisis de las entrevistas

La entrevista fue realizada en la ciudad de Guayaquil, a los tipos de casos disponibles a los cuales tenemos acceso: (a) gerentes de empresas, (b) funcionarios públicos como el Ministerio de Industrias y Productividad/Comercio Exterior, etc., y (c) a docentes de academias. Las principales variables del cuestionario fueron sobre: (a) la innovación, (b) la competitividad, (c) los DPI y (d) el Acuerdo Multipartes. Hay que mencionar que no todos completaron la entrevista por temas de confidencialidad y por tiempo. A continuación en los cuadros 4 al se muestra algunos comentarios sobre: (a) Innovación, (b) Competitividad y (c) Derechos de Propiedad Intelectual y (d) Acuerdo Multipartes.

4. Cuadro de comentarios sobre innovación: Modificación, Introducción y Promoción de productos o servicios mejorados, desarrollo de marca e identidad corporativa y Si los DPI representan innovación. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1 DOCENTE ESPOL	Entrevista # 2 DOCENTE ESPOL	Entrevista # 3 DOCENTE ESPOL	Entrevista # 4 SUBSECRETARIO MDCE
<p>Las innovaciones se realizan en momentos importantes del año de acuerdo a las necesidades del cliente. Ej. redes sociales</p> <p>Donde no se puede innovar con relación al desarrollo de su marca son cuando hablamos de grupos multinacionales porque esas directrices vienen de la matriz (extranjero) No obstante, ciertas decisiones se toman localmente.</p> <p>La mayoría de la multinacionales posee un gama amplia de productos que permiten cubrir casi toda las necesidades de los nichos de mercado por lo tanto solo se trata de innovar en lo que ya tienen.</p>	<p>Ciertas industrias no suelen innovar por el tipo de actividad que maneja. Ej. El tipo de clientes que maneja</p> <p>La mayoría desarrollan un sistema para mejorar sus identidad corporativa y marca en cuanto al servicio que brinda, y por la publicidad boca a boca y las referencia entre empresas del modo que cuidas tu imagen y reputación corporativa.</p> <p>A veces no se introduce productos o servicios mejorados por no hay la necesidad.</p>	<p>Las multinacionales que entraron posterior a la dolarización, entraron con mucho poder, eran competitivas del modo que empresas ecuatorianas cerraban, ni existía una ley que las defendiera de sus estructuras oligopólicas y competitivas.</p> <p>Algunas empresas no introdujeron productos o servicios mejorados porque dejan de vender líneas de productos rentables</p> <p>Muchas veces no se modifica la estética de algún bien porque importan patentes, lo que retrasa el proceso de innovación. Además, ciertos procesos no fueron nuevos por la falta de innovación, por la cultura organizacional, por la economía, tipo de consumidor. Debería haber una ley que mejore estas deficiencias.</p>	<p>No toda innovación puede ser patentada, la innovación debe de ser aplicada a un potencial modelo de negocios que se adapte a la realidad. Ser capaces de pasar de la investigación, a patentes que tienen satisfaga un necesidad</p> <p>La innovación no solo es basarse en estudios de mercados sino en atender problemáticas (necesidades) para tener una patente nueva, aplicable y que dure. Ej. Uber</p> <p>La patente como una actividad en la innovación por sí solo no es la solución, se debe tener presente otros aspectos como una claridad sobre una necesidad presente que se convierta en una solución emocional.</p>

5. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 1 de 4: Retos o necesidades de mejora de competitividad, DPI como medio para competir. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE
<p>Una manera de identificar mejora en la competitividad es cuando se mejora el servicio al cliente: rapidez en las respuestas, personal que se comunica con los clientes personalmente o telefónicamente, y el uso de redes sociales. Todas esas acciones se toman constantemente para mejorar el servicio</p>	<p>Ciertas empresas no han identificado algún reto de mejora en la competitividad por temas de tiempo de entrega del servicio, y débil relación con el cliente en temas de precios, siendo importante es un mercado.</p>	<p>Muchos de los motivos por lo lleva a una empresa a su liquidación es por la falta de innovación que representen ventajas comparativas. Muchas a pesar de la fuerte posición de sus marca no lograr realmente generar competencia. Ej., sector de la construcción porque les falta sentido de responsabilidad con el medio ambiente, por la variedad de precios módicos por otras industrias similares, todas esas se convierten en barreras a la estructura del mercado, generando la no competencia igualitaria.</p>	<p>Un DPI no te hace ganar o no es el principal factor para ganar competitividad. Los DPI aplicables en un MDN son los que te hacen competitivos. Para saber quién es competitivo se debe indagar sobre él % de patentes que realmente se están siendo utilizadas, es ahí donde vemos el resultado de la competitividad. “La competitividad se basa en el uso o de los beneficios de esa patente que se esté utilizando”.</p> <p>Otro factor crucial en la competitividad del tejido empresarial es tener una interrelación de las esferas institucionales: Publica-privada-sector empresarial.</p>

6. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 2 de 4: Inversiones en los establecimientos. DPI como medio para competir Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE
<p>Existen ciertas empresas que con ciertos productos desde su inicio han sido nuevos en el mercado. Ej. Categoría de servicios.</p>	<p>También otro factor por el cual no se ha introducido productos o servicios nuevos o mejorados es porque no ha es necesario. Ej. servicio que brinda</p>	<p>Existen ciertas empresas que no son por lo general competitivas porque no reinvierten en I+D para crear competitividad. Algunos invierten en temas de infraestructura web pero no es suficiente en muchos casos.</p>	<p>Existen sectores ganadores y perdedoras en términos de competitividad: Perspectiva EU hacia ECU, el sector que se beneficia más es el sector automotriz e industrias con productos electrónicos. Desde una Perspectiva ECU hacia EU, los productos primarios porque ahora entran a sus mercados a precios más baratos, que anteriormente pagaban aranceles y eran importados de otros países.</p> <p>Por otro lado, el tratado/acuerdo presenta una ventaja relativa porque existe mercado paralelo que también tienen vínculos comerciales como Colombia y Perú. Sin embargo, nuestro mayor beneficio o ventajas en comparación a estos países es que poseemos un sistema dolarizado.</p>

7. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 3 de 4: Inversiones en los establecimientos y cuestionamiento del modelo teórico planteado en la investigación. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE
<p>Existen empresas que para aumentar competitividad invierten en temas digitales, no obstante, es un tema compartido.</p>	<p>Existen ciertas empresas que gracias al análisis de riesgos han podido aumentar su competitividad, a diferencia de años pasados. Otro factor que influye en la competitividad es tener un personal que trabaje y brinde propuestas de mercado, asimismo, poseer contactos con empresas y gobierno permiten brindar mejores servicio. Y aumentar la competitividad. Finalmente, también de deber emprender, fomentar las actividades de <i>networking</i>.</p>	<p>Cuando una empresa se dedica a la importación de patentes (franquicia), el mercado es delimitado, no se pueden vender en otro lado esa patente porque no tienes derecho de exclusividad y poder ser objeto de demandas fuertes.</p>	<p>Como podemos aprovechar de lo que producimos y lo que tiene la UE es el mayor reto para el sector empresarial para volvernos más competitivos. Ej., el 80% de la maquinaria en las empresas son obsoletas. Recomendable, importar estos bienes de capital para volvernos más eficientes, más tecnificados, más competitivos.</p>

8. Cuadro de comentarios sobre competitividad Parte 4 de 4: Principal mercado, índices para medir competitividad y la innovación y DPI como medio para competir y ganar competitividad. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE
<p>Los primeros inicios para competir es ubicarse en el mercado local Cuando hablamos de multinacionales no ocurre porque las decisiones se toman en la casa matriz</p>	<p>Los primeros inicios son locales dependiendo el tipo de servicio que se oferta, pero también es importante tener una cartera de clientes extranjeras. No obstante, se debe analizar el fuerte de su mercado para decir local o internacional.</p>	<p>Cuando eres importador de patentes tu principal es el nacional, no tiene visión de expandir porque no eres dueño y en definitiva la estas comprando.</p>	<p>Para medir la competitividad e innovación se utilizan índices globales, y también se considera Infraestructura, Educación, Promedio de Edad, Sistema financiero.</p> <p>Por lo tanto para ganar competitividad es exportar FRANQUICIAS, ATRAER INVERSIÓN (ángeles inversionista), crear ASOCIATIVIDAD, utilizar INSTRUMENTOS FINANCIEROS ALTERNATIVOS, y organizar FERIAS “PITCH NIGHT”</p>

9. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 1 de 5: tipos de DPI que conocen y los más utilizados por las empresas y el país y Cuestionamiento del modelo teórico planteado en la investigación. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4	Entrevista # 5
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE	EMPRESARIO
<p>Existen empresas que no conocen realmente los beneficios de la P.I, en especial en temas publicitarios. Hay que tener precaución cuando se utilicen porque habrá problemas con su publicidad, posteos, logo y marcas. Reconoce que hoy en día se pueden proteger más tipos de DPI que antes</p>	<p>Los tipos de DPI que se conocen comúnmente son las patentes, diseños distintivos y los derechos de autor. Personalmente considera que en orden de importancia están primeras las marcas. En un negocio de cualquier sector o actividad económica la marca.</p>	<p>Los tipos de DPI que se conocen comúnmente son las patentes, diseños industriales, marcas, empaques y colores. Por otro lado, lo que se deben considerar como país son las patentes, marcas y lemas debido a que se utilizan en la publicidad.</p> <p>Cabe mencionar que, no se debe considerar o utilizar como patente lemas donde se involucren jergas locales. Se considera importante dentro de un negocio la marca y el logo del producto.</p>	<p>Muchos de las patentes que se han generado han sido procesos aleatorios porque todavía no existe un proceso sistematizado o articulado para generar patentes constantemente. Lo que si hay resultados reales es que todo el ecosistema de innovación del país si se ha dinamizado: Incubadoras</p>	<p>Los beneficios brindados por un P.I es la seguridad Sin embargo, existen ciertos criterios por el cual no se protegen o no se acude a la protección inmediata y es porque muchas veces hay fórmulas y procesos especiales y se espera a las nuevas tecnologías a que arriben para competir.</p>

10. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 2 de 5: Beneficios de la P.I. y de proteger activos intangibles. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4	Entrevista # 5
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE	EMPRESARIO
<p>Los pocos beneficios que se conocen son en temas de marcas, logotipos. Tener cierto conocimiento sobre estos temas, por la situación muchas veces lo amerita, permite tener claridad de los DPI.</p>	<p>Dentro de los beneficios que conoce, muchas veces por la experiencia, es que la P.I te brinda, redundante, pero exclusivamente es la protección para no permiten la reproducción, sin embargo, en el contexto ecuatoriano no se utiliza. Aquí no un sistema de penalización fuerte o coercitivo cuando se infringe algún DPI. En relación a una empresa, los P.I permite reducir el nivel imitación, y beneficiarte económicamente a través de ellos.</p>	<p>Un ecuatoriano no siempre está informándose sobre temas actuales por lo que desconocen los beneficios que le brinda un sistema de P.I, asimismo, porque no saben valorar la empresa ni existe cultura informativa.</p> <p>Sin embargo, por la experiencia una de los mayores beneficios que le brinda el sistema de P.I. es buscar nuevas líneas de mercado. Como hemos mencionada varias veces, acceder a un mercado internacional es una propuesta a futuro por lo tanto cuando se inicia se debe comenzar localmente. Ej. Producir tuberías</p>	<p>Las DPI deben ser productos y/o servicios, aplicables en un modelo de negocio adaptado a la realidad, a la actualidad para ganar ventajas competitivas.</p>	<p>Ciertos empresarios desconocen sobre los beneficios en general, por lo tanto no protegen empero es un proceso que se trabaja poco a poco, desde la protección de la marca hasta las formulas (si posee).</p>

11. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 3 de 5: Tipos de DPI más utilizados por criterio propio, por las empresas y el país, Cuestionamiento del modelo teórico planteado en la investigación. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4	Entrevista # 5
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE	EMPRESARIO
<p>Los DPI más comunes que se protegen son las marcas, eslogan, diseños de tiendas. Sin embargo, aquellas que por su tipo de empresas es multinacional, no se puede gestionar nada localmente porque el sistema o el proceso de P.I lo manera la matriz.</p> <p>Sin embargo, lo más importantes para un negocio son las marcas, logotipo e incluso la cromática y el tipo de tipografía.</p>	<p>Existen cierta empresas que han tenido sus clientes extranjeros pero debido a la demanda local han cambiado su objetivo (Target) a un mercado más nacional.</p> <p>Cierta empresa no ven la necesidad de dejar de proteger internacionalmente algún DPI porque no han visto la necesidad o por son estructuras internacionales no aplican tampoco. Ej., multinacionales.</p>	<p>El único mecanismo fuerte de protección fuerte muchas veces es la marca pero no la planificación de patentarla internacionalmente reside de la decisión de la matriz, hablando de multinacional, para producir o vender algo en el país objetivo algo. Por otro lado, muchas veces la asesoría más común en temas de P.I es contratar el servicio de una abogada en el tema, especialmente en cuestiones de publicidad.</p>	<p>Como mencionamos anteriormente un patente no es la solución por el cual puedo adquirir rápidamente competitividad sino hay que tener claro que esa patente debe satisfacer un necesidad.</p>	<p>Ciertos empresarios desconocen cuáles son los beneficios si patente en otros países, mucho más cuando son empresas exportadoras empero si es importante realizar el respectivo registro.</p>

12. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 4 de 5: Motivos para la no aplicación una fuera de la región con enfoque a la UE. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE
<p>Ciertas empresas no ven la necesidad de guardarse un activo intangible por la relación o porque está a la mira de agentes reguladores con quien se muestra o se trabaja con transparencia.</p> <p>Por otro lado, la mayoría de ellas para conocer un poco más sobre algún DPI busca asesoramiento de abogados en el tema, la consulta es directamente interna en ocasiones porque se poseen un departamento Legal.</p>	<p>Los principales motivos para no proteger una innovación producto del intelecto es por la falta de confianza en los mecanismos y procesos actuales, por el sistema ecuatoriano, por el contexto cultural que muchas veces desfavorece la importancia de la P.I.</p> <p>Además, debería de existir regulaciones donde se fomente el buen uso y castigar a los infringen o realicen actos ilícitos con cualquier DPI.</p>	<p>Los principales motivos para no proteger una innovación producto del intelecto es por ignorancia, no saber evaluar el potencial de sus productos frente a otros mercados (real alcance), mala administración organizacional, distanciamiento de las universidades.</p> <p>Como recomendación y de carácter crítico es importante crear un marco legal que permita una colaboración colectiva con todos el sector productivo y empresarial y que de alguna forma no permita de alguna forma que las MNS apoderarse del espacio creado por estos sectores nacionales.</p>	<p>Los DPI deben ser producto de una problemática real, de tal manera que pasamos de la investigación a patentes que tenga función aplicables para la sociedad</p>

13. Cuadro de comentarios sobre los DPI Parte 5 de 5: Motivos por no acogerse a la protección inmediata y si ha aplicado una fuera de la región con enfoque a la UE, Asesoramiento sobre P.I. Elaborado por Autor.

Entrevista # 1	Entrevista # 2	Entrevista # 3	Entrevista # 4
DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	DOCENTE ESPOL	SUBSECRETARIO MDCE
<p>Los motivos principales por el cual no se busca proteger algún intangible intelectual por las empresas exportadoras es por los tramites que abarcan, son costosos y/o desconocen.</p>	<p>Los motivos principales por el cual no se busca proteger algún intangible intelectual por las empresas exportadoras es por la falta de conocimiento y mayor credibilidad que va a funcionar.</p>	<p>Como recomendación y de carácter critico es importante crear un marco legal que permita una colaboración colectiva con todos el sector productivo y empresarial y que de alguna forma no permita de alguna forma que las MNS apoderarse del espacio creado por estos sectores nacionales.</p>	<p>Es importante tener en cuenta que una patente “no se quede como solo un papel bonito sino que sea comerciables y responda a una necesidad de la sociedad. Cuando seamos capaces de identificar patentes (innovaciones) podemos ayudar al sector productivo a reducir costes y agregar un mayor valor a la patente.</p>

14. Cuadro de comentarios sobre el Acuerdo Multipartes Parte 1 de 2: De que trata el Acuerdo Multipartes, que beneficios tiene el Acuerdo Multipartes, retos y/o desafíos del Acuerdo Multipartes. Elaborado por Autor

Entrevista # 4

SUBSECRETARIO MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR

Gracias al Acuerdo, por el lado del sector empresarial europeo aprovechan por la reducción de los aranceles para varios sectores afín de competir, asimismo, la ventaja más evidente es utilización de una unidad de cambio como el dólar del modo que se genera una confianza interesante.

Los beneficios que involucran el Acuerdo en general es brindar una tablas de desgravación que no afecta a cierta producción en función del tiempo hasta que se vaya ganando competitividad; asimismo un acceso a un mercado potencial con fuerte poder adquisitivo, y acogerse al estilo de consumo hacia productos orgánicos, sostenibles y responsables socialmente.

Parte de la oferta productiva que ha logrado entrar han sido gracias a los esquemas de RESPONSABILIDAD SOCIAL y CERTIFICACIONES DE COMERCIO justo (ISO). Todo este proceso se debe exclusivamente al VINCULO CULTURAL

¿Qué reto y desafíos – Acuerdo Comercial? Preparar a la oferta productiva para que esté lista al acceso al mercado nacional europeo del modo que se brinde un factor diferenciador para competir; Cumplir con los requisitos fitosanitario, de empaque, con certificaciones del sector productivo nacional (barrera no tarifaria); Indagar sobre las verdaderas oportunidades de ambos países: ECU brindar valor agregado por aspectos geográficos, estructura y adaptación cultural, EU obtener materia prima a precios módicos y abrir paso a la industrialización ya que la gran mayoría de la oferta productiva es primaria, no obstante, más que la industrialización es aprovechar ciertas oportunidades para ser productivos "producir la mayor cantidad de X producto con el menor recurso posible" siendo solo primarios, asimismo, identificar como esa productividad nos puede dar una base sólida para generar competitividad.

A pesar del poco tiempo, se ha visto un crecimiento interesante de la oferta productiva. Sin embargo, no se ha creado ciertos espacios para generar una agencia de fomento de exportación para el mercado europeo por la falta de una conectividad y participación activa y conjunta en la gestión de las hélices institucionales: alianza público-privada-academia para entrar a este mercado.

15. Cuadro de comentarios sobre el Acuerdo Multipartes Parte 2 de 2: Estado actual de progreso del Acuerdo Multipartes, instrumentalización de los beneficios del Acuerdo Multipartes, Aprovechamiento de las empresas a partir del Acuerdo Multipartes. Elaborado por Autor.

Entrevista # 4

Ing. Zambrano

A pesar de presenciarse un cambio institucional de SENADI como el ofrecimiento de ofrecer ciertos descuentos para los sectores vulnerables de la economía PyMes. En fin, la ineficacia por el aislamiento de las esferas institucionales deben cooperar activamente a fin de que una innovación se transforme en patente de tal modo que un producto/ servicio sea potente.

El motivo por el cual hay más patentes europeas registradas es porque no hay un buen relacionamiento de las empresas ecuatorianas y europeas para comprar licencias. Lo que hace es que las empresas europeas que han decidido venir al país traigan sus procesos y/o productos en patentes para volverse y/o mantener su ventaja comparativa. Es necesario genera un clúster o alianzas de CADENAS PRODUCTIVAS BINACIONALES realmente competitivas que nos abren puertas hacia otros mercados.

Finalmente, más como una oportunidad lo ven como una alerta momentánea. Por factores de competencia y por la variedad de producto que va a ingresar al mercado ecuatoriano se genera una alerta pero se vuelve una oportunidad cuando se ven con la necesidad de defenderse localmente antes de pensar en entrar al mercado de afuera. Motivos VOCACIÓN EXPORTADORA por la mayoría de los pequeños sectores, no obstante, los grupos económicos que andan en tendencia lo ven como una oportunidad enorme. Romper esas inseguridades de los empresarios enseñándoles a ser APTOS en la utilización de herramientas nuevas y ACTOS tomando un comportamiento a una postura positiva frente al Acuerdo en sí.

3.1.4 Interpretación de las entrevistas

Las preguntas del cuestionario se categorizaron en cuatro secciones: (a) Innovación, (b) Competitividad, (c) Derechos de Propiedad Intelectual y (d) Acuerdo Multipartes. En los resultados en la primera sección abarcaron preguntas como: ¿Ha modificado su empresa significativamente la estética de algún bien o servicio (diseño) en el interfaz de relación con el cliente?, ¿Ha introducido su empresa nuevas técnicas o canales para la promoción del bien o servicio?, ¿La empresa cuenta con un sistema de desarrollo de su marca e identidad corporativa?, ¿Este establecimiento ha introducido productos o servicios nuevos o mejorados significativamente?, ¿Alguno de los productos o servicios mencionados también fueron nuevos para el mercado principal del establecimiento?, ¿ Cree usted que todos los DPI son innovación? y ¿Usted qué opina de la relación que los DPI incidente en la competitividad siempre que dichos derechos representen innovación? ¿Cree usted que se evidencia en la realidad?

Recopilando y estructurando semejanzas en la respuesta, se logró identificar que: Pocas son las que realizan modificaciones en la estética de algún bien y/o servicio empero se han introducido canales para la promoción del mismo. También acotaron que no cuentan con un sistema de desarrollo de marca y/o identidad de marca porque cuando eres multinacional esos procesos se manejan en casa matriz, como colaboradores de estas empresas en el país radica solo se trata de reforzar la imagen corporativa, valores, misión y visión, otras eran nacionales y su desarrollo de marca e identidad corporativa se manejaba por publicidad boca a boca y otras cerraron por la competencia fuerte de las MNS después de la dolarización. Existen empresas que significativamente no tuvieron impacto por la introducción de algún bien y/o servicio, debida a que las multinacionales eran muy competitivas, otros porque no era necesario por el servicio que brindaban y otras porque su línea de productos dejaron de ser rentables. Cabe mencionar que, a sus inicios ciertas empresas tuvieron un impacto mayor

en diferentes líneas de productos y/o servicios, algunas gracias por los conocimientos de su personal operativo y/o administrativo, asimismo, por tener una relación activa con mas empresa y el gobierno, y finalmente, otras no lograron causar un impacto por la falta de innovación, por la falta de cultura organizacional, dificultades económicas. Sin embargo, saber si esas innovaciones son rentables es identificando si son aplicables a un modelo de negocio adaptados a la actualidad y que traten de resolver una problemática (necesidad) (ej. sistema de Uber). El Subsecretario dijo que si somos capaces de identificar necesidades en vez de enfocarnos totalmente en la investigación de mercado, podemos tener patentes potentes y un negocio que dure; además, dice que la patente por sí solo no es la solución, se debe tener otros aspectos claros que una necesidad se convierta en una solución emocional.

En la segunda sección abarcaron preguntas como: ¿La empresa ha identificado algún reto o necesidad que pueda suponer una mejora en la competitividad?, ¿este establecimiento ha introducido productos o servicios nuevos o mejorados significativamente?, ¿En qué ha invertido más este establecimiento?, ¿Cuál fue el principal mercado en el que este establecimiento vendió su producto principal? y ¿Por qué?, ¿Cree que los DPI permiten a las empresas ecuatorianas ser más competitivas?, ¿Quién se favorece mayormente en términos de DPI y competitividad?, ¿Qué factores o índices se utilizan para medir la innovación y la competitividad?, ¿Qué hacer para ganar competitividad a partir de los DPI?, y ¿Usted qué opina de la relación que los DPI incidente en la competitividad siempre que dichos derechos representen innovación? ¿Cree usted que se evidencia en la realidad?, y ¿Cómo aprovechan las europeas el acuerdo en Ecuador?

Al igual a la anterior se compiló comparaciones sobre los temas tratados, por ejemplo, si hay empresas que han identificado un reto y/o necesidad para mejorar su competitividad, al brindar nuevos servicios, reducir el tiempo de entrega, la cercanía y ofrecer precios módicos a sus clientes empero otras no porque tenían que adaptarse a temas de cuidado con el medio

ambiente y porque existen industrias que se especializan en actividades que todos los países tienen (ej. industria de la construcción). Las actividades que más invierten las empresas es en temas digitales (ej. interfaz del sitio web), en temas de networking (ej. contactos empresariales y públicos) empero otros tuvieron el intento de mejorar sus sitios web pero factores internos (mala cultura organizacional) no se pueden completar. Por otro lado, los principales mercados donde comenzaron a operar las empresas son locales, aunque sea una subsidiaria de una MNS, por el tipo de producto y/o servicio que ofrecían, otras sí contaban con clientes extranjeros y otras a través de una patente importada pudieron operar y competir. Por qué estas empresas MNS son competitivas, se debe a que sus DPI son aplicables en un MDN real. En Ecuador no se mide ese efecto por lo que se recomienda indagar sobre el porcentaje de patentes que están siendo utilizadas para verificar los verdaderos resultados de la competitividad y volverse una preocupación de las esferas institucionales. Las empresas europeas aprovechan también esas oportunidades por la reducción de aranceles y porque tenemos un medio de cambio, que es el dólar, el cual genera confianza interesante a diferencia de otros tratados (ej. Colombia y Perú). El Acuerdo no siempre es un ganar-ganar sino a fortalecer los sectores vulnerables de ambas partes, por ejemplo, desde una perspectiva EU hacia ECU, el sector que se beneficia más es el sector automotriz e industrias con productos electrónicos, y desde una perspectiva ECU hacia EU, los productos primarios porque ahora entran a sus mercados a precios más baratos, que anteriormente pagaban aranceles y eran importados de otros países y crecimiento del sector del calzado al comprar maquinaria nueva de modo que agilite su producción. Finalmente, como país podemos ganar también competitividad a través de un DPI es siendo capaces de exportar franquicias (ej. productos y modelos de negocios franquiciables), atraer inversión (ángeles inversionista) cuando es un MDN nuevo y útil pero no se poseen recursos económicos para explotarla, crear asociatividad y utilizar instrumentos financieros alternativos (titularidad, capital de riesgo y

crowdfunding), y organizar ferias “pitch night” donde se presenten modelos de negocios patentables rentables y útiles.

En la tercera sección se trata preguntas como las siguientes: ¿Cuáles de los tipos o mecanismos de DPI cree usted que sean importantes para su negocio?, ¿Usted conoce los beneficios que le brinda el sistema de Propiedad Intelectual?, ¿Cuáles cree usted que son los beneficios para su empresa si sus activos intangibles estuvieran bajo protección de P.I?, ¿Ha accedido su empresa a mercados internacionales?, ¿Su empresa ha protegido algún/os de sus activos intangibles bajo algún tipo o mecanismo de P.I y ha pensado en una aplicación para su protección fuera del país?, ¿Ha accedido su empresa a mercados internacionales?, ¿Su empresa ha protegido algún/os de sus activos intangibles bajo algún tipo o mecanismo de P.I y ha pensado en una aplicación para su protección fuera del país?, ¿Tiene su empresa algún tipo de propiedad intelectual que haya elegido no proteger?, ¿Alguna vez su empresa ha buscado asesoramiento sobre propiedad intelectual?, ¿Cuáles son los motivos principales para que una empresa PyMEs no acuda a la protección inmediata de sus activos intangibles?, ¿Cuáles son los motivos principales para que una empresa PyMEs exportadora no se arriesga a proteger sus activos intangibles en el extranjero, especialmente en la Unión Europea?, ¿Quién se favorece mayormente en términos de DPI y competitividad?, ¿ Cree usted que todos los DPI son innovación?, ¿Qué factores o índices se utilizan para medir la innovación y la competitividad?, y ¿Usted qué opina de la relación que los DPI incidente en la competitividad siempre que dichos derechos representen innovación? ¿Cree usted que se evidencia en la realidad?

Las respuestas compiladas me ayudaron a descubrir que, los mecanismos o tipos de DPI que se conocen tanto por criterio propio, para el país, por las empresas son las patente, marcas, diseños industriales, derechos de autor, logotipos (cromática), lemas comerciales, nombres comerciales, estilos de tipografía y diseño del local, todos estos son los más

comunes al momento que una empresa realiza cualquier actividad en temas de la publicidad como campañas. Algunas de ellas tienen sus propios departamentos que se encargan de los proyectos y procesos, y otros contratan servicios de publicidad en las cuales se realizan las respectivas valoraciones y descripciones de todos los títulos de la campaña y también quien va a participar como imagen (persona/s) de la campaña publicitaria. Por otro lado, todos los entrevistados conocen parcialmente los beneficios que se brinda en el sistema de Propiedad Intelectual empero acotaron que conocerlos es importantes pero el objetivo común de la P.I es brindar protección para reducir el nivel de los imitadores de tu o tus productos y/o servicios, y seguridad del modo que, se genera ventaja competitiva. Y aquellos que no conocen de este tema se debe al desconocimiento, falta de cultura, porque no valoran a la empresa ni conocen el alcance de su o sus productos, y porque no se aplica una sanción coercitiva a diferencia de otros países.

Pocas empresas son las que logran entrar a un mercado internacional, las que si logran hacerlo, han tenido un crecimiento y valor como empresa, por ejemplo, un entrevistado tienen un negocio rentables y los principales países de exportación son USA, Rusia, España y Paraguay. Como mencione anteriormente, entre los DPI que se mencionó estaban las marcas, estas son las que más se protegen según opiniones de los entrevistados, casi siempre desde el principio de la operación de la empresa, sin embargo, ninguna presente un protección internacional, solo si eres una MNS o importas patentes, porque antes de pensar en operar en un país en específico se piensa en una protección internacional. Muchos de los entrevistados dicen que la forma como obtienen asesoramiento de temas en P.I es a través de abogados internos (ej. área legal) y externos (ej. buffet de abogados) y lo hacen siempre cuando están planificando un campaña publicitaria. Existen otros motivos por el cual no se decide en una protección inmediata ni nacional ni internacional es porque, utilizan formulas especiales por el tipo de proceso del producto y se espera a que nueva tecnología

arribe para poder combinarla y al final exponerla al público bajo patente, por desconocimiento y/o ignorancia, por los costos y burocracia, no hay buen uso de las leyes en temas de P.I por lo que crea desconfianza, no se sabe estimar el real alcance de su o sus productos, mala administración organizacional, distanciamiento de las universidades, falta de recursos financieros/económicos, solo se benefician el distribuidor cuando eres a quien compra y como país somos productores de productos primarios; otras si deciden en una protección rápida porque trabajan con agentes reguladores que les existen transparencia en sus procesos y otros solo han protegido más que el nombre y el logo.

Finalmente, en la sección última se abarcaron preguntas como: ¿Qué involucra en general el Acuerdo Multipartes?, ¿Qué beneficios brinda en general el Acuerdo Multipartes?, ¿Qué retos y/o desafíos se ha afrontado con el Acuerdo Multipartes?, ¿Cuánto se ha avanzado con el Acuerdo?, ¿Cómo se instrumentaliza los beneficios adquiridos con el Acuerdo en términos de P.I?, ¿Cómo responden los empresarios al Acuerdo Multipartes? Entre los beneficios que involucra y brinda el Acuerdo Multipartes son la presentación de tablas de grabación que no afecta a cierta producción en función al tiempo hasta que se vaya generando competitividad, nos da una acceso a un mercado potencial con fuerte poder adquisitivo del modo que gran parte de la oferta que logrado llegar a la UE es gracias a la adaptación de los esquemas de responsabilidad social y las certificaciones de comercio (el. ISO), asimismo, acogernos al estilo de consumo hacia productos orgánicos, sostenibles y responsables socialmente. Además, el vínculo cultural que tiene ambos países permitió que se establezca una alianza fuerte y sostenible, entre los países más allegados son: (a) Reino Unido, (b) España, (c) Francia, y Alemania.

En definitiva todos estas causas han permitido abrir una ventaja para el acceso de productos nacionales y la oferta productiva del país. Además, entre los retos y/o desafíos que se enfrentó fue de preparar a la oferta productiva para que esté lista para el acceso al mercado

europeo, adaptar o tropicalizar toda la oferta productiva a las condiciones, exigencias y/o estándares del mercado europeo (ej. barrera fitosanitarias, de empaque, certificaciones del sector productivo nacional), brindar un factor diferenciador para competir, abrir paso a la industrialización ya que la gran mayoría de la oferta productiva es primaria. Otros retos fue saber indagar que tipos de oportunidades se podrían utilizar para ambos países. Por ejemplo, como referencia el subsecretario dijo que, el mercado europeo no produce cierta materia prima tangible del cual requiero para producir un bien final como la piel de ganado por lo que puede comprarla a precio referencial a Ecuador, por otro lado, el mercado ecuatoriano brindar valor agregado a sus productos gracias a los atributos y características por aspectos geográficos, estructura y adaptación cultural (ej. empresa Pacari). También menciona que como ecuatoriano debemos ser capaces de identificar valores agregados en elementos donde podamos ser diferentes ya que como menciono “en el mundo no hay que competir sino diferenciarse”; también dijo que enfocarnos totalmente en la industrialización debemos de inicio aprovechar esas oportunidades del tratado para ser productivas, y la industrialización viene indirectamente a estas prácticas.

A pesar de la poca vigencia (2 años) se ha visto en los reportes un crecimiento interesante de la oferta productiva. Sin embargo, los motivos por el cual no ha tenido un impacto más grande es porque no hay una conectividad y participación activa y conjunta en la gestión de las hélices institucionales: pública-pública, y pública-privada-universidad. La primera porque a pesar de que si hubo un cambio institucional en la SENADI/IEPI para lograr paramétrica los procesos de generación de patentes (ej. descuentos a los sectores vulnerables PyMEs) no se informó, ni se planifico ni se midió si las patentes ingresadas eran útiles y/o aplicables; en cambio, la segunda para dinamizar los nuevos emprendimientos, tratar nuevas problemáticas y generar verdaderos resultados de patentes.

Muchas de las patentes que se han generado son aleatorias y por emprendimientos por necesidad, de modo que no se puede verificar si son aplicables y tienen utilidad para ser patentadas, y pasa esto porque no existe un sistema sistematizado o articulado que genere patentes constantemente cumpliendo esas características. Lo que si se ha trabajado como Ministerio de Comercio Exterior es dinamizar el ecosistema de innovación del país (ej. incubadoras y *co-working*) para generar productos para patentar. Uno de los motivos por el cual más empresas extranjeras tengan más solicitudes de patentes en nuestro país es porque no hay una relación de empresas ecuatorianas y europeas para comprar patentes, es decir, genera un clúster o alianzas de cadenas productivas binacionales realmente competitivas entre empresas ecuatorianas y europeas para que incursionar hacia otros mercados (ej. Asia).

Todo esto se logra haciendo un ejercicio de prospección de que existe, para ver que se puede brindar, lo que el Subsecretario llama "Aprovechamiento de ventajas binacional". Finalmente, ciertos empresarios ecuatorianos ven el Acuerdo como alerta mientras otros como una oportunidad. Por ejemplo, existe un reflejo de alerta por la competencia por la variedad de productos europeos que van a ingresar y como reflejo de oportunidad porque nos crea un mecanismo de autodefensa antes de pensar en entrar al mercado. Algunos no responden bien al acuerdo por la falta de vocación exportadora, y la forma de contrarrestarla es con Aptitud y Actitud, y adaptar nuestro modelo de negociación a la realidad o la actualidad porque la gran mayoría de las empresas ecuatorianas utilizan MDN de hace treinta años atrás del modo que algunas ocasiones desaparecen con el tiempo.

3.1.5 Hallazgos

Como se analiza en las primeras bases de datos de propiedad intelectual industrial en los dos últimos años antes de entrar en vigencia el tratado hubo mayores ingresos de solicitudes de marcas de producto del extranjero que nacionales, no obstante, hubo mayores solicitudes en marcas de servicio y nombre comerciales. Esta tendencia cambio cuando entra en vigor el tratado, en los gráficos y tablas se reflejan que hay más solicitudes ingresadas de diferentes DPI industriales ecuatorianas que extranjeras, motivo alguno es porque el Acuerdo brindo una tabla de desgravación que no afecta a cierta producción en función del tiempo a fin de que se vaya ganando competitividad, tal como lo acota el Subsecretario del Ministerio del Comercio Exterior, el Ing. Zambrano. El efecto cambia cuando se analiza la gestión de patentes a través de los certificados ingresados. Se puede ver que las patentes más predominantes fueron: (a) las patentes de invención PCT, (b) las patentes de diseños industriales, y (c) patentes de modelos de utilidad, representando un 94,28%. Sin embargo, el registro por patentes de invención y las patentes de diseños son los más registradas durante el periodo del 2015 al 2018, y es el punto de partida para corroborar la investigación.

Cuando se otorga una patente, por naturaleza, es territorial por lo que su protección solo se lleva a cabo dentro de una nación. No es obligación internacionalizar alguna patente, sin embargo, algunas empresas lo hacen para mantener sus ventajas competitivas. La OMPI ofrece un servicio para otorgar protección internacional, el cual llama el tratado de Cooperación en materia de patentes PCT (*Patent Cooperation Treaty*), el cual es un tipo de solicitud internacional donde se puede otorgar protección de una invención por patente un en un gran número de países, sin necesidad de cursar por separado varias solicitudes de patentes nacionales o regionales (WIPO, 2017). Dicho, esto se ve que las empresas extranjeras conocen mucho más los beneficios que un PCT puede brindarle a sus negocio, a pesar del tiempo que se toma, es uno de porque las multinacionales extranjeras entraron con mucho

poder económico, a pesar de las marcas registrada y bien posicionadas de las empresas ecuatorianas y mucho más se ve reflejado cuando las estadísticas muy claramente muestran que estas empresas tienen mayor predominancia en el país que los mismos ecuatorianos. Existen varios factores que pueden corroborar este comportamiento: muchas de las patentes en Ecuador son aleatorias por la falta de una sistematización o articulación para generar patentes, no se ha creado espacios para crear agencias que fomenten exportaciones, la falta de comunicación, conectividad y participación activa y conjunta de las esferas institucionales del país y porque no hay buen relacionamiento entre empresas europeas y ecuatorianas para comprar en función a la necesidad de la sociedad y de la empresa, es decir, debe de existir cooperación entre ambos tejidos empresariales para el intercambio de bienes de capital y recursos a fin de ser competitivos, los antes mencionados cadenas productivas binacionales. Si todos estos son las causas por la cual no se conoce a profundidad o de manera general los DPI o la P.I en sí, entonces cual fue el objetivo principal suscribirse a los tratados de PCT en el 2001?

Por otro lado, el objetivo de mi tema era corroborar si los DPI tienen un impacto en la competitividad del sector empresarial ecuatoriano frente al europeo, cuando se innova. Por lo tanto, al ver los resultados finales de las bases de datos y las respuestas de los entrevistados, no se cumple esa proposición. Los motivos por el cual pasa eso es porque las empresas extranjeras registran más patentes de invención PCT que las propias ecuatorianas, y tal como explicamos anteriormente es el camino por el cual te otorga protección internacional y por lo tanto competir. Como se mencionó anteriormente, las empresas extranjeras saben que un patente de invención PCT brindan oportunidades a futuro, ya que les brinda 18 a 30 meses de plazo a partir del momento en que se presenta la solicitud internacional para que entre en fase nacional de cada país que se solicitó dicha protección. También no se puede descartar el esfuerzo, tiempo y los recursos de los empresarios que si piensan en el futuro de sus

innovaciones, como se reflejan en las tablas es que ciertos empresarios tienen bien claro que los activos productos del intelecto humano son el camino para el crecimiento de la empresa, generar empleo, crear ventaja comparativas, ser más productivos, obtener mayores beneficios, brindar un elemento diferenciador frente a los competidores donde operas, y dinamizar activamente el mercado y generar desarrollo económico para el país. Sin embargo, la mayoría desconocen realmente los beneficios que trae consigo la Propiedad Intelectual, algunos desconocen, otros no sabe medir el verdadero alcance que tienen su o sus portafolio de producto afuera, otros por no lo creen importante porque se encuentran estables en el sector y actividad donde opera, y porque son emprendedores por necesidad sin generar verdaderos resultados para patentar, y finalmente no tienen vocación exportadora.

Por otro lado, según las opiniones de los docentes Moreno, Maluk y Martin, que también son colaboradores de diferentes empresas, dicen que las multinacionales radicadas en el país son las que buscan siempre estar en constante innovación, por lo tanto, buscan estar en contacto con los clientes para recolectar sus necesidades básicas, del modo que crean, diseñan y/o implementan productos y/o servicios que abarquen la mayores expectativas del consumidor. Estas empresas están diseñadas para buscar y expandirse hacia donde existe una necesidad real que está sin explotarse, es por eso motivo, que en los datos duros de patentes de invención PCT son los que más participación tienen, es decir, donde más solicitudes hay. Otro motivo es que estas empresas vienen de economías desarrolladas, por lo tanto, el nivel de crecimiento de la participación es más constante y fuerte, entonces buscan nuevos nichos de mercado para establecerse, para darse a conocer y competir localmente. Entonces es difícil para una sector económico que se dedica a misma actividad, competir con tremenda potencia no solo en estructura sino también por tener una cultura organizacional potente, del modo que es muy probable que estas industrias cierren por falta de estructura y gestión organizacional

interna, financiación, la poca innovación, la falta de obtención de nuevos y modernos equipos y maquinarias, conseguir clientes y proveedores.

Existen otros factores que inciden que y alimentan estas causas, en el contexto ecuatoriano no hay leyes que permitan la competencia justa. Según la Econ. Maluk, docente de la ESPOL acota que las leyes ecuatorianas no son totalmente coercitivas en temas de competitividad porque permiten que empresas extranjeras MNS ataquen y absorban a esas pequeñas industrias, dejándoles sin oportunidad de reaccionar. Sin embargo, no todas las empresas o industrias piensan eso, el Subsecretario acoto que cierta empresas se sienten emocionadas porque una multinacional compre su negocios y los tomen en cuenta. Aunque el sistema de P.I trate estos temas, en el contexto ecuatoriano no se aplica correctamente.

Para ser ventajosamente competitivos depende mucho del talento o habilidad para inventar, explayar y distribuir nuevos productos y procedimientos (Porter y Stern, 2002). Es por ese motivo, que el Ministerio de Comercio ha trabajado fuertemente con las empresas para que innoven y patente sus activos intangibles, tal como lo vemos en las estadísticas de las solicitudes DPI industriales ingresados, como las marcas de producto, de servicios y nombres comerciales. Esta causa es buena pero crea dos escenarios: (a) positivo: creamos más empresas con modelos de negocios aplicables y útiles adaptado a la actualidad, y (b) negativo: se crea una saturación a futuro por demasiada competencia interna. El trabajo resalta la importancia de aprender a innovar y que esta se trasformen como parte vital de un proceso continuo para que se vean resultados efectivos antes cualquier rival pero también es más preocupante porque se necesitara tomar medidas urgentes para buscar nuevos mercados.

El Acuerdo Comercial Multipartes como tal, nos brinda muchos beneficios que se dan de forma natural, desde un acceso a un mercado con fuerte poder adquisitivo hasta favorecer nuestro sector productivo a adaptarse a los esquemas de responsabilidad social y certificaciones de comercio justo. Asimismo, a pesar de tener poca vigencia, solo reflejado

un crecimiento interesante de la oferta productiva, pero como un medio o canal para crear competitividad del sector empresarial. Muchos desafíos se han enfrentado pero no se ha avanzado a grandes pasos. Todo el sistema ecuatoriano trabaja independientemente, dejando en el etéreo las verdaderas necesidades del sector empresarial y productivo. El Ecuador tiene un tasa alta en emprendimiento empero no todos los negocios son rentables y si existen no son modelos de negocios adaptadas a la realidad y no son patentables. Todos estos efectos son producto de la mala asociatividad, cooperación, sinergia, participación activa y conjunto de las hélices institucionales: público-público para identificar y tratar las verdaderas necesidades del sector productivo y empresarial a fin de que la información no solo queda en “bonitas palabras” tal como dijo el Subsecretario del Ministerio de Comercio Exterior, asimismo, público-privado para coordinar, crear y organizar un sistema de necesidades y eventos que ayuden aprovechar las oportunidades que nos brindan los mercados internacionales, finalmente público-privado-universidad con el fin de dinamizar los nuevos emprendimientos, tratar nuevas problemáticas y generar verdaderos resultados de patentes. A pesar de que el Ministerio de Comercio Exterior ha trabajado en el fortalecimiento del ecosistema de innovación, lo que se conocen como el SIN.

La protección de la Propiedad Intelectual es fundamental para fomentar la innovación; sin la debida protección de esas ideas, las empresas, los individuos o los países no obtendrían todos los beneficios de sus invenciones y se concentrarían menos en la investigación y el desarrollo (I+D). Esas ideas o conocimientos son plasmadas en activos tangibles, pero eso no es objeto de protección como tipo de derechos de propiedad intelectual. Los derechos de propiedad intelectual se otorgan al proceso intangible (conocimiento, creación intelectual) de los individuos y de las empresas en el que se pueda encarnar a un objeto físico, sean estos de carácter industrial, científico, literario y artístico; estos conjuntos de derechos exclusivos se otorgan a una personas o empresa, producto del esfuerzo, tiempo y dinero, sobre su creación

intelectual, sea de tipo derecho de autor o industrial durante un tiempo limitado sin la preocupación de la competencia. Pero en la realidad ecuatoriana este sistema no es recurrente, los que si conocen son grupos reducidos que declaran que el objetivo común de la P.I es brindar protección para reducir el nivel de los imitadores de tu o tus productos y/o servicios, y seguridad del modo que, se genera ventaja competitiva. Y aquellos que no conocen de este tema se debe al desconocimiento, falta de cultura, porque no valoran a la empresa ni conocen el alcance de su o sus productos, y porque no se aplica una sanción coercitiva a las leyes en temas de P.I por lo que crea desconfianza a diferencia de otros países. Muchas de las patentes que se han generado son aleatorias y por emprendimientos por necesidad, de modo que no se puede verificar si son aplicables y tienen utilidad para ser patentadas, y pasa esto porque no existe un sistema sistematiza o articulado que genere patentes constantemente cumpliendo esas características. Más aún, si vemos porque empresas extranjeras son competitivas, simplemente es porque sus DPI son aplicables en un MDN real. En Ecuador no se mide ese efecto por lo que se recomienda indagar sobre el porcentaje de patentes que están siendo utilizadas para verificar los verdaderos resultados de la competitividad y volverse una preocupación de las esferas institucionales.

En fin, todos estos fenómenos son las causas principales por el Ecuador no desarrolla un alta competencia a nivel internacional, hemos sido capaces de desarrollar un sistema de innovación y competitividad interna, el cual tenemos evidencia por las diferentes solicitudes ingresadas de DPI industriales y derecho de autor, sin embargo, no se sabe cuántas de ellas son verdaderamente utiles y no solo están como parte de una biblioteca de solicitudes. La falta de la participación, colaboración y la cooperación de las hélices institucionales son importantes para impulsar las innovaciones no sólo destinadas al mercado sino también a diferentes problemas sociales, para identificar y tratar las verdaderas necesidades del sector productivo y empresarial a fin de que la información no solo queda en “bonitas palabras”,

crear y organizar un sistema de necesidades y eventos que ayuden aprovechar las oportunidades que nos brindan los mercados internacionales y dinamizar los nuevos emprendimientos, tratar nuevas problemáticas y generar verdaderos resultados de patentes, todo estas actividades como un sistema integral unificado y centralizado. Entonces centrándonos en el tema principal de esta investigación, si hay alguna incidencia de los DPI condicionados a la innovación en la competitividad del sector empresarial ecuatoriano frente al sector empresarial europeo, la respuesta es no porque el sector empresarial ecuatoriano no es verdaderamente competitivo frente al sector empresarial europeo. Y solo nos queda preguntarnos, fue realmente importante firmar un Gran Acuerdo Multipartes con una potencia económica? O ¿Realmente se está aprovechando eficientemente la integración bilateral con la Unión Europea?

Finalmente, como propuestas debemos ser capaces de identificar valores agregados en elementos donde podamos ser diferentes ya que “en el mundo no hay que competir sino diferenciarse”; en este caso, en vez de enfocarnos totalmente en la investigación de mercado debemos enfocarnos en las problemáticas presentes de los sectores empresariales y productivos a fin de tener modelos de negocios patentables potentes y un negocio que dure. Sin embargo, la patente por sí solo no es la solución, se debe tener otros aspectos claros, que una necesidad se convierta en una solución emocional. Además, Gracias al Acuerdo podemos abrir una puerta a la industrialización empero enfocarnos totalmente en la industrialización no es el objetivo sino debemos de inicio aprovechar esas oportunidades del tratado para ser productivas, y la industrialización viene indirectamente a estas prácticas. Más aun, como país podemos ganar también competitividad a través de un DPI siendo capaces de exportar franquicias (ej. productos y modelos de negocios franquiciables), atraer inversión (ángeles inversionista) cuando es un MDN nuevo y útil pero no se poseen recursos económicos para explotarla, crear asociatividad y utilizar instrumentos financieros alternativos (titularidad,

capital de riesgo y *crowdfunding*), y organizar ferias “pitch night” donde se presenten modelos de negocios patentables rentables y útiles.

Capítulo 4

4.1 Beneficios del Acuerdo Multipartes en términos de propiedad intelectual

Al firmarse el tratado comercial con la unión europea no solo abre una puerta para incrementar los flujos comerciales sino que se desarrolla un marco jurídico para atraer inversiones, tecnología e innovación; asimismo, promover la empleabilidad, fomentar un desarrollo sostenible, integrar aún más ambos mercados, logrando una consolidación y ampliación de la oferta exportable y la diversificación de las exportaciones entre las partes. Por otro lado, el acuerdo comercio otorga un trato preferencias a las exportaciones de Ecuador hacia la Unión Europea, gracias al marco del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) y al sistema de la Resolución de Acceso a Mercado, aún más cuando dichas preferencia se extienden a un mayor número de productos bajo condiciones de acceso a mercados más favorables y garantizando una mayor seguridad jurídica (EEAS, 2017; Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017). Por ejemplo, garantizar el acceso con 0% de arancel para el 99,7% de los productos agrícolas y el 100% de los productos industriales y pesqueros del Ecuador de forma inmediata; asimismo, para algunos productos con condiciones de acceso más favorables que las que tenían bajo el SGP. Y aquellos productos de la UE que ingresen al Ecuador gozarán también de reducciones arancelarias en diferentes periodos de tiempo afín de permitir al país acceder sobre todo a insumos, materias primas y bienes de capital de alta calidad y a precios más competitivos, favoreciendo el cambio de la matriz productiva (EEAS, 2017; Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

En fin, toda la estructura del marco de comercial, jurídico y económico que brinda en general el acuerdo es importante pero el siguiente trabajo tiene con foco investigativo una subparte llamada Propiedad Intelectual, bajo el Título VII del Acuerdo donde se trata de

garantizar un adecuado y efectivo nivel de protección de los derechos de propiedad intelectual, industrial y comercial, así como otros derechos cubiertos por el Acuerdo sobre los ADPIC, y reducir las distorsiones y obstáculos al comercio, a la vez que se promueve la innovación y la creatividad para facilitar la producción y comercialización de productos innovadores y creativos entre las partes. Entre ellos encontramos lo de propiedad industrial (los inventos, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales, indicaciones geográficas de procedencia, protección de datos a ciertos productos regulados y la competencia desleal), y los derechos de autor (obras literarias y artísticas, películas, obras musicales, y de arte o diseños arquitectónicos y las variedades vegetales) (EEAS, 2017; Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017).

4.1.1 Tipos de convenios internacionales donde está suscrito Ecuador

Cada uno de estos puntos o eventos importantes reconocen en este recorrido de lo que hoy se conoce como los Derechos de la “Propiedad Intelectual”. Esta breve reseña no solo demuestra como los diferentes países del mundo, por buscar una adecuada y eficiente seguridad, dispone de una larga tradición en la protección del derecho de autor y derecho a la Propiedad Industrial, sino también una clara idea del prestigio de obtener protección más allá de las fronteras de cada país. En particular, Ecuador que busca la manera de acogerse a estos tratados internacionales a fin de obtener una mayor protección a sus capitales intelectuales. Son 26 tratados internacionales que maneja la OMPI, sin embargo Ecuador solo está suscrito en algunos, con más acentuación en las normas básicas de Protección Intelectual.

Los Cuadros 1 hasta el 3 se detallan las fechas en las cuales Ecuador se acoge a estos tratados, su vigencia y el motivo por el cual lo adoptó. No obstante, Ecuador necesita aún reconocer el valor de los derechos de P.I., en particular para capacitar, aplicar y controlar el desempeño y competitividad de las pequeñas y mediana empresas ecuatorianas

**16. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Protección de la P.I Parte 1 de 3. <http://www.wipo.int/treaties/es/>
Elaborado por el Autor.**

CONVENIOS FIRMADOS POR ECUADOR EN EL MARCO DE LA OMPI

PROTECCIÓN DE LA P.I. (Normas básicas internacionalmente para la P.I. en cada país)

Acuerdo	Adhesión - Ratificación	En Vigor	Materia - Detalles
Convenio de Berna y Acta de Paris	8 de julio 1991	9 de Octubre de 1991	Para la protección de las obras y los derechos de los autores, músicos, poetas y pintores para controlar quién usa sus obras, cómo y en qué condiciones.
Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales	x	x	Para los derechos de propiedad intelectual de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre las interpretaciones o ejecuciones audiovisuales.
Convenio de Bruselas	x	x	Para impedir que, en su territorio o desde él, se distribuyan sin autorización señales portadoras de programas transmitidas por satélite.
Arreglo de Madrid (Indicaciones de procedencia)	x	x	Para embargar en el momento de la importación todos los productos en que figure una indicación de procedencia falsa o engañosa la cual señale de forma directa o indirecta a un Estado Contratante o a un lugar de éste
Tratado de Marrakech	8 de mayo del 2014 - Ratificado el 29 de junio del 2016	30 de septiembre del 2016	Para facilitar el acceso a las obras publicadas a las personas ciegas, con discapacidad visual o con otras dificultades para acceder al texto impreso

**17. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Protección de la P.I Parte 2 de 3. <http://www.wipo.int/treaties/es/>
Elaborado por el Autor**

CONVENIOS FIRMADOS POR ECUADOR EN EL MARCO DE LA OMPI			
PROTECCIÓN DE LA P.I. (Normas básicas internacionalmente para la P.I. en cada país)			
Acuerdo	Adhesión - Ratificación	En Vigor	Materia - Detalles
Tratado de Nairobi	X	x	Para proteger un símbolo olímpico para evitar que sea utilizado con fines comerciales sea en la publicidad o en productos o como marca, etc.
Convenio de París y Acta de Estocolmo	22 de marzo de 1999	22 de junio de 1999	Para proteger obras intelectuales industriales de patentes, las marcas, los dibujos y modelos industriales, los modelos de utilidad, las marcas de servicio, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas y a la represión de la competencia desleal en otros países.
Tratado sobre el Derecho de Patentes (PLT)	X	x	Para armonizar y agilizar los procedimientos de forma relacionados con las solicitudes de patentes y las patentes nacionales y regionales para facilitar la labor a los usuarios.
Convenio Fonogramas	29 de Octubre de 1971 - Ratificado el 4 de junio de 1974	14 de septiembre de 1974	Para proteger a los productores de fonogramas que son nacionales de otro Estado Contratante contra la producción de copias sin el consentimiento del productor, contra la importación de dichas copias y contra la distribución de esas copias al público
Convención de Roma	26 de junio de 1962 - Ratificado el 19 de diciembre de 1963	18 de mayo de 1964	La protección de las interpretaciones o ejecuciones de los artistas intérpretes o ejecutantes, los fonogramas de los productores de fonogramas y las emisiones de los organismos de radiodifusión.
Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas	X	x	La armonización de los trámites administrativos de registro de marcas en el ámbito de las tecnologías de la comunicación.

**18. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Protección de la P.I Parte 3 de 3. <http://www.wipo.int/treaties/es/>
Elaborado por el Autor.**

CONVENIOS FIRMADOS POR ECUADOR EN EL MARCO DE LA OMPI			
PROTECCIÓN DE LA P.I. (Normas básicas internacionalmente para la P.I. en cada país)			
Acuerdo	Adhesión - Ratificación	En Vigor	Materia - Detalles
Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT)	x	x	Armonizar y agilizar los procedimientos nacionales y regionales de registro de marcas.
Tratado de Washington	X	X	La protección de los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados.
Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT)	31 de diciembre de 1997 - Ratificado el 21 de junio del 2000	6 de marzo de 2002	Para la protección de las obras y los derechos de sus autores en el entorno digital tales como los programas de computadora, con independencia de su modo o forma de expresión, y las compilaciones de datos u otros materiales ("bases de datos").
Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT)	31 de diciembre de 1997 - Ratificado el 21 de junio de 2000	20 de mayo de 2002	Para protección de los derechos de propiedad intelectual de dos categorías en el entorno digital: los artistas intérpretes o ejecutantes (actores, cantantes, músicos, etc.) y los productores de fonogramas (personas físicas o jurídicas que toman la iniciativa y tienen la responsabilidad de la fijación de los sonidos de la interpretación o ejecución).

19. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Tratados de Registro. <http://www.wipo.int/treaties/es/> Elaborado por el Autor.

CONVENIOS FIRMADOS POR ECUADOR EN EL MARCO DE LA OMPI			
TRATADOS DE REGISTROS (Protección de registros internacionales para cualquiera de los Estados signatarios)			
Acuerdo	Adhesión – Ratificación	En Vigor	Materia - Detalles
Tratado de Budapest	X	x	Para la protección internacional de los microorganismos como materia de patente.
Arreglo de la Haya	X	x	Para la protección a los dibujos y modelos industriales en varios países o regiones con un mínimo de formalidades.
Arreglo de Lisboa	X	x	Para la protección de las denominaciones de origen, o sea, la denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.
Arreglo de Madrid (Marcas)	X	x	Para la Protección de una marca en gran número de países mediante la obtención de un registro internacional que surte efecto en cada una de las Partes Contratantes que hayan sido designadas.
Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)	7 de febrero del 2001	7 de mayo del 2001	Para la protección por patente para una invención en muchos países al mismo tiempo mediante la presentación de una solicitud "internacional" de patente.

20. Convenios firmados por el Ecuador en el marco de la OMPI: Tratados de Clasificaciones. <http://www.wipo.int/treaties/es/> Elaborado por el Autor.

CONVENIOS FIRMADOS POR ECUADOR EN EL MARCO DE LA OMPI

TRATADOS DE CLASIFICACIÓN (Protección a las invenciones, marcas y los dibujos y modelos industriales)

Acuerdo	Adhesión - Ratificación	En Vigor	Materia - Detalles
Arreglo de Locarno	X	x	Clasificación internacional a fin de registrar los diseños y dibujos industriales
Arreglo de Niza	X	x	Clasificación de productos y servicios para el registro de las marcas de fábrica o de comercio y las marcas de servicio
Arreglo de Estrasburgo	X	x	Clasificación para recuperar los documentos de patente durante la búsqueda en el "estado de la técnica"
Acuerdo de Viena	X	x	Clasificación de las marcas que consisten en elementos figurativos o que contienen dichos elementos.

RECOMENDACIONES

En esta sección se pretende dar posibles propuestas para futuras investigaciones, luego de haber analizado y revisado la literatura, desarrollado la estructura del marco metodológico, recolección y análisis de los datos se puede decir que en el contexto ecuatoriano, la relación planteada en las bases teóricas no se aplica por diferentes factores internos. Por otro lado, para completar el estudio se debería llevarlo a un resultado cuantitativo, se propone hacerlos por clúster de sectores económicos para ver el impacto que tienen los DPI en la competitividad. Se recomienda basarse en los estudios de (Chudnovsky, López, y Pupato, 2006; Forero-Pineda, Laureiro-Martínez y Marín, 2011; Distanont y Khongmalai, 2018; Kitching y Blackburn, 1998; Rylková y Chobotová, 2014; Thomä y Bizer, 2013) para poder evaluar el impacto de problema planteado. Además, entre las propuestas como disminuir paulatinamente las ineficiencias del país, trabajar en la creación de una interrelación más participativa, cooperativa y activa de las esferas institucionales para aprovechar todas las oportunidades que el Acuerdo Multipartes nos brinda.

Además, identificar ¿Qué porcentajes de las patentes registradas están siendo utilizada? del modo que podamos ver los verdaderos resultados de la competitividad. En otras palabras, ser capaces de identificar valores agregados en elementos donde podamos ser diferentes, por ejemplo, ayudar a implementar modelos de negocios franquiciables capaces de exportar franquicias, crear canales de atracción de ángeles inversionista para los proyecto de emprendimientos que por falta de recursos no logran aterrizar a la realidad sus propuestas de negocios, enfocarse más en las problemáticas presentes de los sectores empresariales y productivos a fin de tener modelos de negocios patentables potentes y un negocio que dure, asimismo, crear asociatividad y enseñar, a través de talleres, a utilizar instrumentos

financieros alternativos (titularidad, capital de riesgo y *crowdfunding*), y organizar ferias “pitch night” donde se presenten modelos de negocios patentables rentables y útiles.

Finalmente, todas estas propuestas ayudaran a mejorar la situación que está enfrentado el país, y entender el verdadero propósito de un acuerdo bilateral comercial, no para que solo ciertos grupos se beneficien sino que todos por igual, es decir, tantos los sectores empresariales como productivos del país, con el objetivo de ser productivos, más competitivos y más innovadores.

REFERENCIAS (o BIBLIOGRAFÍA)

- Aaltios, I., & Heilmann, P. (2009). *Case study as a methodological approach: From locality to understanding the essence*. (A. J. Mills, G. Durepos, & E. Wiebe , Edits.) London: SAGE.
- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2003). Handbook of Entrepreneurship Research. En D. J. Storey, & Springer (Ed.), *Entrepreneurship, Small and Medium Sized Enterprises and Public Policies* (Vol. I, págs. 473-511). Boston, MA: International Handbook Series on Entrepreneurship .
- Alonso, J. L., & Méndez, R. (2000). *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*. Madrid: S.L. CIVITAS EDICIONES.
- Aluko, S. (2004). *Background to Globalization and Africa's Economic Development*. Nigeria: Conference of the Nigerian Economic Society.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (Febrary de 2001). How Entrepreneurial Firms Can Benefit from Alliances with Large Partners. *The Academy of Management Executive* (1993-2005), XV(1), 139-148.
- Aries, B. (26 de September de 2017). *BizFluent*. Obtenido de The Effects of Economic Integration & Globalization: <https://bizfluent.com/list-6316752-effects-economic-integration-globalization.html>
- Austin, N., & Peters, T. J. (1989). *A passion for Excellence: The Leadership Difference*. Collins, Oxford: Warner Books.
- Axinn, C. N., & Matthyssens, P. (2002). Viewpoint: Limits of internationalization theories in an unlimited world. *International Marketing Review*, XIX(5), 436-449.
- Babbie, E. R. (2014). *The Practice of Social Research* (Sexta ed.). Boston, USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Barney, J. (March de 1991). Firm sources and competitive advantage. *Journal of Management*, XVII(1), 99-120.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?: Falacias del globalismo, respuesta a la globalización*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Benito-Hernández, S., Platero-Jaime, M., & Rodríguez-Duarte, A. (Enero de 2012). Factores determinantes de la innovación en la microempresas españolas; la importancia de los factores internos. *Uniersia Business Review*(33), 105-121.

- Bermuda. (13 de March de 2009). *Law Insider*. Obtenido de FLAGSTONE REASURANCE SUISSE SA (BERMUDA) and GARY PRESTIA EMPLOYMENT AGREEMENT: <https://www.lawinsider.com/contracts/4etvjfbnuQi7yzEkeni6N3/flagstone-reinsurance-holdings-limited/1347815/2009-03-13>
- Biblioteca del Congreso Nacional*. (Enero de 1957). Obtenido de ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO (GATT): <https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/58649/2/211594.pdf>
- Birkinshaw, J., Hamel, G., & Moi, M. J. (October de 2008). Management Innovation. *Academy of Management Review*, XXXIII(4), 825-845.
- Bodenhause, G. C. (1969). *WIPO*. (O. I. (BIRPI), Ed.) Obtenido de Guía para la aplicación del convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_611.pdf
- Bogers, M., Bekkers, R., & Granstrand, O. (2012). Intellectual Property and Licensing Strategies in Open Collaborative Innovation. En C. Pablos-Herederó, & D. López, *Open Innovation in Firms and Public Administrations: Technologies for Value Creation* (First ed., págs. 37-58). Hershey, PA: IGI Global.
- Bouby Tolentino, F. (2000). La ventaja competitiva para el siglo XXI esta en el hombre y las ideas. *Gestión Tercer Milenio*, II(4), 113-117.
- Branding, D. A. (1984). Bourbon Spain and its American empire. En L. Bethell, *The Cambridge History of Latin America* (Vol. IX, págs. 389-440). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Brant, J., & Lohse, S. (2013). *International Chamber of Commerce*. Obtenido de Enhancing IP Management and Appropriation by Innovative SMEs: <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2016/11/Enhancing-intellectual-property-management-and-appropriation-by-innovative-SMEs.pdf>
- Brem, A., Nylund, P. A., & Hitchen, E. L. (December de 2017). Open innovation and intellectual property rights. *Management Decision*, 55(6), 1185-1306.
- Brody, D. (1985). The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity. *Reviews in American History*, XIII(4), 612-615.
- Brown, D., & Wynn, H. (1997). *OECD*. Obtenido de Managing Risk and Innovation: the Challenge for Smaller Businesses: <https://www.oecd.org/innovation/inno/2368582.pdf>
- Business Dictionary*. (18 de 12 de 2018). Obtenido de Intellectual Property Rights Definition: <http://www.businessdictionary.com/definition/intellectual-property-rights.html>
- Campos, M., Gutiérrez, C. I., Saracho-Martínez, A., & Rios, C. (Enero de 2009). *Fundación IDEA, A.C.* Obtenido de La Propiedad Intelectual como motor de la Competitividad en

México: https://website-c230-consultores.nyc3.digitaloceanspaces.com/IDEA/files/Propiedad%20Intelectual%20Mexico_1536351752.PDF

- Cao, X., & Hansen, E. N. (2006). Innovation in China's Furniture Industry. *Forest Products Journal*, 46(11/12), 33-42.
- Caplanova, A. (2016). Intellectual property. En F. Pacheco-Torgal, E. Rasmussen, C.-G. Granqvist, V. Ivanov, A. Kaklauskas, & S. Makonin, *Start-Up Creation: The Smart Eco-efficient Built Environment* (págs. 106-126). Kidlington, UK: Woodhead Publishing Publications.
- Carvajal M, J. C. (Enero de 2011). Evolución de la Propiedad Intelectual. *Investiga TEC*, I(1), 6-8. Obtenido de Evolución de la Propiedad Intelectual.
- Castaño, M.-S., Méndez, M.-T., & Galindo, M.-Á. (2016). Innovation, internationalization and business-growth expectations among entrepreneurs in the services sector. *Journal of Business Research*, 69(5), 1690-1695.
- Cavusgil, S. T., Ghauri, P. N., & Agarwal, M. R. (2002). *Doing Business in Emerging Markets: Entry and Negotiation Strategies*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- CEDRO. (08 de Mayo de 2018). Obtenido de El Estatuto de la Reina Ana, origen del Derecho de Autor:
<http://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2018/05/08/estatuto-reina-ana-origen-derechos-autor>
- CEIDIE. (15 de Junio de 2006). *Derecho al Día*, V, 88. Obtenido de América Latina y la nueva arquitectura internacional de la propiedad intelectual: de los ADPIC-TRIPS a los nuevos tratados de libre comercio:
<http://www.derecho.uba.ar/derechoaldia/tapa/america-latina-y-la-nueva-arquitectura-internacional-de-la-propiedad-intelectual-de-los-adpic-trips-a-los-nuevos-tratados-de/+1639>
- Cerda-Silva, A. J. (2016). Evolución histórica del Derecho de Autor en América Latina. *Revista Ius et Praxis*, XXII(1), 19-58.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory* (Second ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Cho, H.-J., & Pucik, V. (June de 2005). Relationship Between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability, and Market Value. *Strategic Management Journal*, XXVI(6), 555-575.

- Chudnovsky, D., López, A., & Pupato, G. (2006). Innovation and productivity in developing countries: A study of Argentine manufacturing firms' behavior (1992-2001). *Research Policy*(35), 266-288.
- Cimoli, M., & Primi, A. (2008). Propiedad intelectual y desarrollo: una interpretación de los (nuevos) mercados del conocimiento. En J. M. Marínez Piva, *Generación y protección del conocimiento: propiedad intelectual, innovación y desarrollo económico* (págs. 29-57). Mexico: Canadian International Development Agency NU. CEPAL.
- Cobos Campos, A. P., Díaz-Rey, C. S., & García-Quintana, R. (2015). El Convenio de Berna, derechos de autor e información de acceso abierto. Su relevancia en la construcción del conocimiento. En E. Cervantes Rendón, E. Contreras García, J. d. Cortés Vera, & M. L. Tiscareño-Arroyo, *Bibliotecas virtuales, acceso abierto y derechos de autor* (Vol. I, págs. 65-98). México: El Colegio de Chihuahua.
- Cohen , W. m., Nelson, R. R., & Walsh, J. P. (February de 2000). *National Bureau of Economic Research (NBER)*. Obtenido de Protecting Their Intellectual Assets: Appropriability Conditions and Why U.S. Manufacturing Firms Patent (or Not). NBER Working Paper No. 7552: <https://www.nber.org/papers/w7552.pdf>
- Cohen, W. m., & Levinthal, D. A. (March de 1990). Absorptive Capacity: a new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, XXXV(1), 128-152.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. United Kingdom: SAGE.
- Croitoru, A. (2012). Schumpeter, J.A., 1934 (2008), The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers. *Journal Of Comparative Research In Anthropology And Sociology*, III(2), 137- 148.
- Damanpour, F., & Aravind, D. (July de 2012). Managerial Innovation: Conceptions, Processes and Antecedents. *Management and Organization Review*, VIII(2), 423-454.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (Thirteenth ed.). New Jersey, United States: Prentice Hall.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- De Saá Pérez, P., & Díaz-Díaz, N. L. (December de 2007). Incidencia de los Recursos Humanos de I+D internos y contratados en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, X(33), 7-30.

- Deakins, D., & Freel, M. (1998). Entrepreneurial learning and the growth process in SMEs. *The Learning Organization*, V(3), 144-155.
- Deeds, D. L., DeCarolis, D., & Coombs, J. (2000). Dynamic capabilities and new product development in high technology ventures: An empirical analysis of new biotechnology firm. *Journal of Business Ventury*, XV(3), 211-229.
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador* . (Marzo de 2017). Obtenido de EL ACUERDO COMERCIAL Ecuador - Unión Europea : <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/CARTILLA-UNION-EUROPEA-1.pdf>
- Deshpandé, R., & Farley, J. U. (1999). Executive Insights: Corporate Culture and Market Orientation: Comparing Indian and Japanese Firms. . *Journal of International Marketing*, 4, 111-127.
- Deshpandé, R., & Farley, J. U. (2000). Market-Focused Organizational Transformation in China. *Journal of Global Marketing*, XIV(1-2), 7-35.
- Deshpandé, R., Farley, J. U., & Webster, F. E. (January de 1993). Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23-37.
- Dewar, R. D., & Dutton, J. E. (1986). The Adoption of Radical and Incremental Innovations: An Empirical Analysis. *Management Science*, XXXII(11), 1422-1433.
- Díaz de Salas, S. A., Mendoza-Martínez, V. M., & Porras Morales, C. M. (2011). Una Guía para la elaboración de estudios de casos. *Razón y Palabra*, XVI(75), 4-26. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706040.pdf>
- Díaz-Díaz, N. L., Aguilar-Díaz, I., & De Saá-Pérez, P. (2006). El conocimiento organizativo tecnológico y la capacidad de innovación. Evidencia para la empresa industrial española. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*(27), 33-60.
- Díaz-Martín, M. (1996). Factores determinantes de la Innovación Tecnológica para las Empresas Pequeñas. *Cuadernos de estudios empresariales*(6), 145-154.
- Díaz-Rönnner, L., & Folguera, G. (Junio de 2017). Propiedad intelectual y nociones de vida: relaciones, condiciones de posibilidad y desafíos. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, XII(35), 2-6.
- DINAPI*. (07 de Enero de 2019). Obtenido de Derechos Conexos: <https://www.dinapi.gov.py/index.php/derechos-conexos>
- Distanont , A., & Khongmalai, O. (2018). The Role of Innovation in Creating Competitive Advantage. *Kasetsart Journal Of Social Sciences*, XXX, 1-7.
- Distanont, A. (24 de September de 2018). Components of Market Orientation in Frozen Food Business. *WMS Journal of Management*, VII(3), 42-51.

- Dittrich, K., & Duysters, G. (2007). Networking as a means to strategy to change: The case of open innovation in mobile telephony. *Journal of Production Management*, XXVI(6), 510-521.
- Douglas, S. P., & Craig, S. C. (1995). *Global Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Drucker, P. F. (2002a). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 80(8), 95-100.
- Drucker, P. F., & Noel, J. L. (1985b). Innovation and entrepreneurship: Practices and principles. *Journal of Continuing higher Education*, 34(1), 22-23.
- Du Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of Knowledge Management*, XI(4), 20-29.
- Dubai Customs. (2018). Obtenido de What is IPR :
<https://www.dubaicustoms.gov.ae/en/IPR/Pages/WhatIsIPR.aspx>
- DuPré, J. L., & Smith, J. M. (2011). *Intellectual Asset Management Magazine*. Obtenido de When to choose trade secret protection over a patent:
https://www.hbsr.com/files/ip_value_2011_hamiltonbrooksmithreynoldspc_2.pdf
- Dutrénit, G. (2001). El papel de las rutinas en la codificación del conocimiento en la firma. *Análisis económico*, XVII(34), 211-230.
- EAE. (12 de Octubre de 2014). Obtenido de Innovación incremental vs. innovación radical. Ventajas e inconvenientes: <https://retos-directivos.eae.es/innovacion-incremental-vs-innovacion-radical-ventajas-e-inconvenientes/>
- Echeverri-Sevilla, D. C. (10 de Abril de 2007). La Competitividad en el desarrollo Empresarial. *Revista Virtual Facultad Ciencias Empresariales*(8), 2-16.
- EcuRed. (19 de Noviembre de 2018). Obtenido de Propiedad Intelectual:
https://www.ecured.cu/Propiedad_intelectual
- Elikem-Ocloo, C., Akaba, S., & Worwui-Brown, D. K. (March de 2017). Globalization and Competitiveness: Challenges of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Accra, Ghana. *International Journal of Business and Social Science*, V(4), 287-295.
- Errázuriz Tortorelli, C. (2010). Indicaciones Geograficas u Denominaciones de origen. Propiedad Intelectual en Progreso. *Revista Chilena de Derecho*, 37(2), 207-239.
- Ettlie, J. E. (March de 1983). Organizational Policy and Innovation among Suppliers to the Food Processing Sector. *Academy of Management*, XXVI(1), 27-44.

- Forero-Pineda, C., Laureiro-Martínez, D., & Marín, A. (Oct/Dec. de 2011). Innovation patterns and intellectual property in SMEs of a developing country. *Innovar*, XXI(42), 113-127.
- Franko, P. (2007). *The Puzzle of Latin American Economic Development* (Vol. III). U.S: Rowman & Littlefield Publishers.
- Friesike, S. (2011). Profiting from Innovation by Managing Intellectual Property. *The University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs*, 3-148.
- Fujii, A., Iwayana, M., & Kando, N. (January de 2007). Introduction to the special issue on patent processing. *Information Processing & Management*, 43(5), 1149–1153.
- Fundación COTEC. (2001). *Innovación Tecnológica. Ideas Básicas*. (E. Revilla-Gutierrez, Ed.) Innovación práctica Cotec.
- García-González, F. (Octubre de 2012). *ACOFI*. Obtenido de Conceptos sobre innovación: Plan estratégico 2013-2020: https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Garud, R., & Nayyar, P. R. (1994). Transformative capacity: Continual structuring by intertemporal technology transfer. *Strategic Management Journal*, XV(5), 365-385.
- Giaoutzi, M., Nijkamp, P., & Storey, D. J. (2016). *Small and Medium Size Enterprises and Regional Development*. United Kingdom: Taylor & Francis Group (Routledge).
- Gjellerup, P. (2000). SME support services in the face of globalisation. *Danish Agency for Trade and Industry* (págs. 16-28). Copenhagen: Conference Proceedings.
- González Foncesa, M. J. (2013). Estudio sobre la competitividad de pymes incubadas por EMAC sucursal San Quintín (Tesis de Maestría). *Universidad Autónoma de Baja California*, 2-165.
- Grant, R. M. (2002). *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications* (Cuarta ed.). Boston, United States: Wiley-Blackwell.
- Gray, D. E. (2009). *Doing Research in the Real World* (Second ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Greenan, K., Humphreys, P., & McIvor, R. (1997). The green initiative: improving quality and competitiveness for European SMEs. *European Business Review*, 97(5), 208-214.
- Greenhalgh, C., & Rogers, M. (2007). The value of intellectual property rights to firms and society. *Oxford Review of Economic Policy*, XXIII(4), 541-567.

- Grossman, G. M., & Helpman, E. (January de 1991). Quality Ladders in the Theory of Growth. *The Review of Economic Studies*, 58(1), 43-61.
- Guellec, D., & Van Pottelsberghe de la Potterie, B. (2007). *The Economics of the European Patent System: IP Policy for Innovation and Competition*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Guerrero Spínola de López, A. M. (2011). Innovación: clave Para el éxito de la Gestión empresarial en la Micro, Pequeña y Mediana empresa. *Revista Nacional de Administración*, II(2), 61-80.
- Hall, M., Oppenheim, C., & Sheen, M. (2003). Barriers to the use of patent information in SMEs. En R. Blackburn, *Intellectual Property and Innovation Management in Small Firms* (págs. 157-174). new York: Routledge.
- Hamel, G. (2008). The Future of Management. *Human Resource Management International Digest*, XVI(6), 24-38.
- Hancock, D. R., & Algozzine, B. (2011). *Doing Case Study Research: A Practical Guide for Beginning Researchers* (Segunda ed.). USA: Teachers College Press.
- Harvard Law Review. (October de 1947). The Inter-American Copyright Convention: Its Place in United States Copyright Law. *The Harvard Law Review Association*, 60(8), 1329-1339.
- Harvie , C. (2010). SMEs and Regional Production Networks. En D. Narjoko, S. Oum, & V. T. Thanh, *Integrating Small and Medium Enterprises (SMEs) into the More Integrated East Asia* (págs. 19-45). Jakarta: ERIA Research Project Report.
- Herederó, M. I. (20 de Febrero de 2015). La Organización Mundial de Comercio: Antecedentes, Situación y Perspectivas. *BiBlioteca de la Universidad Autónoma de Madrid*(4), 1-24. Obtenido de La Organización mundial de Comercio: Antecedente, situación y perspectivas: http://sem-wes.org/sites/default/files/revistas/rem4_2.pdf
- Hernandez Mogollón, R., & De la Calle-Vaquero, A. (2006). Estudio sobre el comportamiento innovador de la empresa. *Revista de Estudios Economico y Empresariales*(18), 7-30.
- Hernández Sampieri, D. R., Fernández Collado, D. C., & Baptista-Lucio, D. M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGraw-Hill.
- Herrera-Sierpe, D. (1999). *Conseguir libro impreso* (Vol. II). Chile: Juridica de Chile.
- Herskovits, R., Grijalbo, M., & Tafur, J. (December de 2013). Understanding the main drivers of value creation in an open innovation program. *International Entrepreneurship and Management Journal*, IX(4), 631-640.

- Hidalgo-Nuchera, A., Vizán-Idoipe, A., & Torres, M. (2008). Los factores clave de la innovación tecnológica: claves de la competitividad empresarial. *Dirección y Organización*(36), 5-22.
- Howells, J., James, A., & Malik, K. (September de 2003). The sourcing of technological knowledge: Distributed innovation processes and dynamic change. *R and D Management*, XXXIII(4), 395-409.
- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, XXXVI(5), 651-661.
- Hult M., T. G., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (July de 2004). Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance. *Industrial Marketing Management*, XXXIII(5), 429-438.
- Hult, T., & Ketchen, D. J. (September de 2001). Does Market Orientation Matter?: A Test of the Relationship between Positional Advantage and Performance. *Strategic Management Journal*, XXII(9), 899-906.
- Hurley, R. F., & Hult M., G. T. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.
- Ibarra-Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos (Revista de Ciencias Sociales y Humanidades)*, XVIII(35), 107-130.
- Inno SupportTrasfer*. (11 de 07 de 2007). Obtenido de Innovación. Tipos de innovación. Medidas innovadoras.:
http://www.innosupport.net/uploads/media/ES_1_Innovation_issues_01.pdf
- Invintia*. (20 de Mayo de 2018a). Obtenido de Riesgos de la innovación Tecnológico y de mercado :
<http://www.culturainnovadora.com/pdf/05%20Innovar%20tiene%20%20riesgos.pdf>
- Invintia*. (17 de Enero de 2019b). Obtenido de Fuentes de innovación. La observación y explotación sistemática del cambio:
<http://culturainnovadora.com/pdf/02%20Observar%20el%20cambio.pdf>
- Invitia*. (17 de Enero de 2018c). Obtenido de Innovar no es sólo tecnología (I+D):
<http://culturainnovadora.com/pdf/01%20Que%20es%20innovar.pdf>
- Invitia*. (17 de Enero de 2019d). Obtenido de ¿Innovamos realmente?:
<http://culturainnovadora.com/pdf/04%20Clasificacion%20innovacion.pdf>

- Jensen, P. H., & Webster, E. (March de 2006). Firm Size and the Use of Intellectual Property Rights. *Economic Record*, 82(256), 44-55.
- Jiménez Martínez, J. I. (2007). Determinantes para la internacionalización de las Pymes mexicanas. *Análisis Económico*, XXII(49), 111-130.
- Johnston, R. E., & Bate, J. D. (2013). *The Power of Strategy Innovation: A New Way of Linking Creativity and Strategic Planning to Discover Great Business Opportunities* (Primera ed.). New York City, United States: AMACOM.
- Jordán Sánchez, J. C. (Enero-junio de 2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *Perspectivas*, 27, 47-71.
- Kalaian, S. A. (2008a). Multilevel Modeling Methods for E-Collaboration Data. En N. kock, *Encyclopedia of E-Collaboration* (págs. 450-456). USA: SCOPUS.
- Kalaian, S. A., & Kasim, R. M. (2004b). Comparison between Multivariate Fixed-Effects and Mixed-Effects Meta-Analytic Approaches. *Academy of Management*(9), 1-16.
- Kalanje, C. M. (14 de January de 2019). *WIPO*. Obtenido de Role of Intellectual Property in Innovation and New Product Development:
https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/es/documents/pdf/ip_innovation_development.pdf
- Kamien, M. I., & Schwartz, N. L. (1982). *Market Structure and Innovation*. USA: Cambridge University Press.
- Katz, J. M. (1972). Patentes, corporaciones multinacionales y tecnología. Un examen crítico de la legislación internacional. , 12(45), 105. doi:10.2307/3465994. *Desarrollo Económico*, XII(45), 105-149.
- Keen, B., & Haynes, K. (2008). *A History of Latin America* (Vol. VIII). Illinois, U.S.: Wadsworth Publishing.
- King, K. (Junio de 2003). *WIPO*. Obtenido de El Valor de la propiedad intelectual, los activos intangibles y la reputación:
http://www.wipo.int/sme/es/documents/value_ip_intangible_assets.htm
- King, N. (1990). Innovation at work: The research literature. En M. A. West, & J. L. Farr, *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*. (págs. 15-59). Oxford, England: John Wiley & Sons.
- Kitching, J., & Blackburn, R. (1998). Intellectual property management in the small and medium enterprise (SME). *Journal of Small Business and Enterprise Development*, V(4), 327-335.

- Kuepper, J. (13 de August de 2018). *The Balance*. Obtenido de The Impact of Globalization On Economic Growth: <https://www.thebalance.com/globalization-and-its-impact-on-economic-growth-1978843>
- Lacalle-Díez, M. P. (2016). Mecanismos de protección de la innovación (Tesis de Grado). *Universidad de la Rioja*, 1-51.
- Lall, S., Albaladejo, M., & Mesquita-Moreira, M. (Junio de 2005). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de La competitividad industrial de América Latina y el desafío de la globalización: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-competitividad-industrial-de-América-Latina-y-el-desafío-de-la-globalización.pdf>
- Lanari, M.-E. (1998). ACTUALES DESAFIOS AL DESEMPEÑO DE LAS PyMEs. UN ANALISIS DE LAS FIRMAS Y SU ENTORNO. (U. C. Desarrollo, Ed.) *Cuadernos del Cendes*, XV(38), 169-184. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/453>
- Lanjouw, J. O., & Schankerman, M. (April de 2004). Protecting Intellectual Property Rights: Are Small Firms Handicapped? *The Journal of Law & Economics*, 47(1), 45-74.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2000). *Management Information Systems: Organization and Technology in the Networked Enterprise* (Sexta ed.). United States: Prentice Hall.
- Lee, S., Park, G., Yoon, B., & Park, J. (March de 2010). Open innovation in SMEs—An intermediated network model. *Research Policy*, 39(2), 290-300.
- Leonard, D. (January de 2002). The Limitations of Listening. *Havard business Review*, 80(1), 93.
- Levin, R. C., Cohen, W. M., & Mowery, D. C. (May de 1985). R & D Appropriability, Opportunity, and Market Structure: New Evidence on Some Schumpeterian Hypotheses. *The American Economic Review*, 75(2), 20-24.
- LLamoza, J. (Octubre/Diciembre de 2009). Tratados comerciales y acceso a medicamentos en el Perú. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, XXVI(4), 530-536.
- Llinás Toledo, F. (1997). Competitividad internacional y estratégica de las empresas colombianas. *Gestión: Universidad del Norte*(3), 1-23.
- López, A. (2009). *WIPO*. Obtenido de Innovation and appropriability, empirical evidence and research agenda: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1012-intro1.pdf
- Luna-Correa, J. E. (2012). Influencia del Capital Humanos para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato (Disertacion doctoral). *Eumed Biblioteca Virtual*, 2-175. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/index.htm>

- MacDonald, S. (March de 2004). When means become ends: Considering the Impact of Patent Strategy on Innovation. *Information Economics and Policy*, XVI(1), 135-158.
- Mansfield, E. (Febrary de 1986). Patents and Innovation: An Empirical Study. *Management Science*, XXXII(2), 173-181.
- Marcos Muñoz, J. J. (Abril de 2016). *Entreprise Europe Network* . Obtenido de Las patentes como negocios:
https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Davalor-Juan-Jose-Marcos-Las%20patentes-como-negocio-OK.pdf
- Márquez Robledo, S. (2004). Principios Generales del Derecho de Autor. (P. U. Javeriana, Ed.) *BiBlioteca Javeriana (Tesis de Grado)*, 2-204.
- Martin, W. E., & Bridgmon, K. D. (2012). *Quantitative and Statistical Research Methods: From Hypothesis to Results* (Primera ed.). New Yersey, USA: Jossey-Bass.
- Martínez Gómez, R., & Robayo-Cruz, E. C. (2006). *Universidad de La Sabana*. Obtenido de Lo que usted debe saber sobre el derecho de autor:
http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/pluginfile.php/186307/mod_resource/content/0/Recursos_informacion/Archivos_ejemplos/0.07_Derechos_de_autor_lo_que_usted_debe_saber_sobre_el_derecho.pdf
- Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). Building Organizational Culture That Stimulates Creativity and Innovation. *European Journal of Innovation Management*, VI(1), 64-74.
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C., & García, L. (Julio de 2007). Innovación: Factor Clave para Lograr Ventajas Competitivas. *Negotium*, III(7), 46-83.
- Méndez, R. (2002). formación de redes de conocimiento. *EURE (Santiago)*, XXVIII(84), 63-83.
- Mersha, B., & Hadush, H. (02 de April de 2012). *Abyssinia Law*. Obtenido de Concept, Scope and Nature of Intellectual Property Rights:
<https://www.abysinialaw.com/study-on-line/item/467-concept-scope-and-nature-of-intellectual-property-rights>
- Mets, T., & Kelli, A. (25 de June de 2014). The Impact of Intellectual Property Reward Regime on the Competitiveness of Innovative SMEs. *Econmics and Business*, 99-103.
- Mirosevic Verdugo, C. (Enero de 2007). Origen y Evolución del Derecho de Autor con especial referencia al Derecho Chileno. *Revista de Derecho de la PUCV*, XXVIII, 35-82.
- Moraleda, A. (2004). La innovación, clave para la competitividad empresarial. *Universia Business Review*(1), 128-136.

- Morejón-Grillo, A. (05 de Marzo de 2015). *Gestiopolis*. Obtenido de Fundamentos teóricos de la transferencia de tecnología: <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-teoricos-de-la-transferencia-de-tecnologia/>
- Nagles G, N. (Septiembre-diciembre de 2007). La Gestion del Conocimiento Fuente de Innovación. *EAN (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal)*(61), 77-88.
- Nieto, M., & Quevedo, P. (October de 2005). Absorptive capacity, technological opportunity, knowledge spillovers, and innovative effort. *Technovation*, XXV(10), 1141-1157.
- Nonaka, I. (Julio de 2007). La empresa creadora de conocimiento. *Harvard Business Review*, 1-9.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation* (Primera ed.). New York: Oxford University Press.
- Núñez Jover, J. (08 de Enero de 2011). *OEI*. Obtenido de La ciencia y la tecnología como procesos sociales: Lo que la educación científica no debería olvidar.: <https://www.oei.es/historico/salactsi/nunez00.htm>
- Núñez Montenegro, E. (2014). *FundaPymes*. Obtenido de Marcas, patentes y Propiedad Intelectual: <https://www.fundapymes.com/que-es-la-propiedad-intelectual/>
- OECD. (1997a). *Globalization and SMEs* (Vol. I y II). Paris: OECD.
- OECD. (18 de January de 2005b). Obtenido de Glossary of Statistical Terms. Intellectual Property Rights (IPRS): <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=3236>
- OECD. (2010c). *Innovative SMEs and Entrepreneurship for Job Creation and Growth: 'Bologna + 10' High-Level Meeting on Lessons from the Global Crisis and the Way forward to Job Creation and Growth*. Paris: OECD Publishing. Obtenido de Innovative SMEs and Entrepreneurship for Job Creation and Growth: 'Bologna + 10' High-Level Meeting on Lessons from the Global Crisis and the Way forward to Job Creation and Growth.
- OECD/Eurostat. (2005a). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. The Measurement of Scientific and Technological Activities* (Tercera ed.). Paris: OECD Publishing.
- OECD/Eurostat. (2018b). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* (Fourth ed.). Luxembourg, Paris/Eurostat: OECD Publishing.
- Olson, E. M., Slater, S. F., & Hult, T. M. (July de 2005). The Performance Implications of Fit among Business Strategy, Marketing Organization Structure, and Strategic Behavior. *Journal of Marketing*, 69(3), 49-65.

- Omatos Soria, A. (18 de 12 de 2018). AOS. Obtenido de Propiedad intelectual, derechos de autor y copyright:
http://legalidad.aomatos.com/propiedad_intelectual_derechos_de_autor_y_copyright.html
- OMPI. (2004a). *World Intellectual Property Organization*. Obtenido de ¿Qué es la propiedad intelectual?:
http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- OMPI. (2018b). Obtenido de Reseña del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886):
http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html#_ftnref2
- OMPI. (Octubre de 2018c). Obtenido de Reseña del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883):
http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/summary_paris.html
- OMPI. (20 de Noviembre de 2018d). Obtenido de Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos:
http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=286797.
- OMPI. (20 de Noviembre de 2018e). Obtenido de Reseña histórica de la OMPI :
<http://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>
- Pabón Cadavid, J. A. (2009). Aproximación a la historia del derecho de autor: antecedentes normativos. *Revista La Propiedad Inmaterial*(13), 59-104.
- Pastor Gómez, A. J. (Diciembre de 2006). *Madri+d No. 39*. Obtenido de Conceptos fundamentales para el diseño de estrategias de invención:
<http://www.madrimasd.org/revista/revista39/tribuna/tribuna3.asp>
- Pavitt, K. (December de 1984). Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, XIII(6), 343-373.
- Pérez Cano, C., & Nieto-Antolín, M. (2006). Características del conocimiento tecnológico y mecanismos de apropiación de innovaciones. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 15(3), 93-106.
- Pisano, G. P., & Teece, D. J. (2009). Cómo capturar el valor de la innovación: configurar la propiedad intelectual y la arquitectura del sector. *Harvard Deusto Business Review*(175), 27-44.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations: with a new introduction*. Illinois, United States: Free Press.
- Porter, M. E., & Stern, S. (2002). National Innovative Capacity. En M. E. Porter, J. D. Sachs, P. K. Cornelius, J. W. McArthur, K. Schwab, & H. B. School (Ed.), *The Global Competitiveness Report 2001–2002* (págs. 2-18). New York, Oxford: University

- Press. Obtenido de National Innovative Capacity:
https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Innov_9211_610334c1-4b37-497d-a51a-ce18bbcfd435.pdf
- Pratt, A. C. (2008). Innovation and Creativity. En T. Hall, P. Hubbard, & J. R. Short, *The Sage companion to the City* (págs. 138-153). London: SAGE Publications Ltd.
- Racherla, U. S. (2016). Do IPRs Promote Innovation? En K.-C. Liu, & U. S. Racherla, *Innovation and IPRs in China and India: Myths, Realities and Opportunities* (First ed., Vol. IV, págs. 25-52). Spain: Springer Singapore.
- Radauer, A., Jürgen, S., & Fritz, O. (16 de January de 2008). *Publication Office of the European Union*. Obtenido de Benchmarking national and regional support services for SMEs in the field of intellectual and industrial property:
<https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/75fef938-5166-4e1b-9ff2-bcfc2b9973fe/language-en>
- Rangel-Ortiz, H. (Octubre de 2012). *WIPO*. Obtenido de La observancia de los derechos de propiedad intelectual - Jurisprudencia:
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/627/wipo_pub_627.pdf
- REDES. (Mayo de 1996). La innovación tecnológica: definiciones y elementos de base. *Universidad Nacional de Quilmes, III*(6), 131-175.
- Revilla, A. J., & Fernández, Z. (November de 2012). The relation between firm size and R&D productivity in different technological regimes. *Technovation, XXXII*(11), 609-623.
- Reymond , D., & Quoniam, L. (October de 2016). A new patent processing suite for academic and research purposes. *World Patent Information*(47), 40-50.
- Rodríguez López, N. (1999). La Innovación: Clave del éxito empresarial. *Dialnet*, 251-256.
- Rodríguez Rojas, C. I. (08 de Marzo de 2012). *EOI*. Obtenido de Innovación Incremental e Innovación Radical o Disruptiva y Sus Ejemplos:
<https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/03/08/innovacion-incremental-e-innovacion-radical-o-disruptiva-y-sus-ejemplos/>
- Rodríguez Ruiz, M. (2007). *Los nuevos desafíos de los derechos de autor en Ecuador* (Vol. 78). Quito: Editorial Abya Yala.
- Rogers, M. (May de 1998a). The Definition and Measurement of Innovation. *Melbourne Institute Working Paper No. 10/98*, 2-27.
- Rogers, M. (March de 2004b). Networks, Firm Size and Innovation. *Small Business Economics, XXII*(2), 141-153.

- Roldán, P. N. (28 de Diciembre de 2018). *Economipedia*. Obtenido de Competencia desleal: <https://economipedia.com/definiciones/competencia-desleal.html>
- Romero-Luna, I. (Julio-Septiembre de 2006). La Pymes en la economía global: hacia una estrategia de fomento empresarial. *Problemas del Desarrollo (Revista Latinoamericana de Economía)*, XXXVII(146), 31-50.
- Rothwell, R. (1983). Innovation and Firm Size: A Case for Dynamic Complementarity; or, is Small Really so Beautiful? *Journal of General Management*, VIII(3), 5-25.
- Ruchkina, G., Melnichuk, M., Frumina, S., & Mentel, G. (2017). Small and medium enterprises in the context of regional development and innovations. *Journal of International Studies*, X(4), 259-271.
- Runeson, P., Höst, M., Rainer, A., & Regnell, B. (2012). *Case Study Research in Software Engineering*. USA: John Wiley & Sons Inc.
- Ruzzier, M., Hisrich, R. D., & Antoncic, B. (2006). SME internationalization research: past, present, and future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, XIII(4), 476-497.
- Rylková, Z., & Chobotová, M. (2014). Protection of intellectual property as a means of evaluating innovation performance. *Procedia Economics and Finance*(14), 544-552.
- Saha, C. N., & Bhattacharya, S. (2011). Intellectual Property Rights: An Overview and implications in pharmaceutical industry. *Journal of Advanced Pharmaceutical Technology & Research*, II(2), 88-93.
- Salavou, H., Baltas, G., & Lioukas, S. (2004). Organisational innovation in SMEs: The importance of strategic orientation and competitive structure. *European Journal of Marketing*, XXXVIII(9/10), 1091-1112.
- Salazar Hernández, B. C. (Mayo de 2008). Factores internos y externos que influyen en la innovación de las PYMES. *ACACIA*, 3-18.
- Sánchez Castro, J. J., Molina G., G. K., & Arenas G., C. (Agosto de 2009). La Innovación como fuente de ventaja competitiva: Un análisis del Sector Metalmecánico de Pereira y Dosquebradas. *Scientia et Technica Año XV*(42), 100-104.
- Sánchez-Ruiz, L., Blanco-Rojo, B., Pérez-Labajos, C. Á., & Serrano-Bedia, A. M. (2011). Innovación incremental versus innovación radical: el caso del sector marítimo portuario español. *Conference: XVI Congreso AECA. Nuevo Modelo Económico: Empresa, Mercados y Culturas*, 2-17. Obtenido de Innovacion incremental Vs Innovacion Radical: El caso del sector maritimo portuario español: www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/98c.pdf

- Scherf, S., & Gering, R. (12 de October de 2016). *Iam*. Obtenido de Trade secret versus patent protection: the advantages of trade secret litigation: <https://www.iam-media.com/trade-secret-versus-patent-protection-advantages-trade-secret-litigation>
- Schilling, M. A. (2008). *Dirección estratégica de la innovación tecnológica*. España: MCGRAW-HILL.
- Schmitz-Vaccaro, C. (Noviembre de 2013). Evolución de la Regulacion Internacional de la Propiedad Intelectual. *Revista de la Propiedad Inmaterial*(13), 63-92.
- Schumpeter, J. A. (1912a). *The theory of economic development*. United States: Havard Economic Studies.
- Schumpeter, J. A. (1934b). *The Theory of Economic Development: An inquiry into profits, capital, interest, anf the business cycle* (ISBN 9780674879904 ed.). (R. Opie, Trad.) USA: Havard Economic Studies.
- Schumpeter, J. A. (1983c). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle* . New York: Routledge.
- Scotchmer, S. (2004). *Innovation and Incentives*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- SENADI. (11 de Marzo de 2014a). Obtenido de La historia del acuerdo ADPIC y los cuidados que los países deben tener: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-historia-del-acuerdo-adpic-y-los-cuidados-que-los-paises-deben-tener/>
- SENADI. (Mayo de 2014b). Obtenido de Guia para los solicitantes de patentes de invencion y modelos de utilidad: https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/guia_solicitante_patentes_invencion_modelos_utilidad-1.pdf
- SENADI. (20 de Junio de 2014c). Obtenido de Indicaciones Geográficas, una medida necesaria para el país: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/indicaciones-geograficas-una-medida-necesaria-para-el-pais/>
- SENADI. (26 de Diciembre de 2018d). Obtenido de Signos Distintivos. Conceptos: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/signos-distintivos/>
- SENADI. (05 de Junio de 2018e). Obtenido de ¿Como registro una invención?: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-invencion/>
- SENADI. (26 de Diciembre de 2018f). Obtenido de Patentes de Invencion. Conceptos: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- SENADI. (26 de Diciembre de 2018g). Obtenido de Denominación de Origen. Identidad Ecuatoriana en productos propios: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/denominacion-de-origen/>

- Senge, P. M., & Carstedt, G. (2006). Innovating our way to the next industrial revolution. *MIT Sloan Management Review*, 42(2), 24-38.
- SIAM México. (17 de Noviembre de 2011). Obtenido de QUÉ ES LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y QUÉ BENEFICIOS LE OTORGA A TU EMPRESA?: http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/siam/posicionamiento/articulos_posicionamiento/Qué%20es%20la%20propiedad%20intelectual.pdf
- SICE. (04 de Septiembre de 1997a). Obtenido de DECISIÓN N° 345 Régimen Común de Protección a los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales: <http://www.sice.oas.org/trade/JUNAC/decisiones/DEC345S.asp>
- SICE. (19 de Mayo de 1998b). Obtenido de Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos. Decision N°351: <http://www.sice.oas.org/trade/JUNAC/decisiones/DEC351S.asp>
- SICE. (01 de Diciembre de 2000c). Obtenido de Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual. Decisión n°486: Régimen Común sobre Propiedad Industrial: <http://www.sice.oas.org/Trade/Junac/Decisiones/dec486si.asp>
- SICE. (26 de Diciembre de 2018d). Obtenido de Derechos de Propiedad Intelectual. Legislación Nacional - Ecuador: http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320e.asp#l2
- SICE. (16 de Diciembre de 2018e). Obtenido de Capítulo II: De las Patentes de Invención. De los Modelos de Utilidad: http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320f.asp#l2c2s4
- Snell, S. A., Youndt, M. A., & Wright, P. M. (1996). A framework for research in strategic human resource management: Merging resource theory and organizational learning. *Research in personnel and human resources management*, XIV, 61-90.
- Solleiro, J. L., & Castañon, R. (2004). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. En OEI, C. Escenarios, & L. E. Riveros F. (Ed.), *Globalización, Ciencia y Tecnología* (Vol. II, págs. 165-197). Madrid, España: Andaquí Impresores Ltda.
- Stam, E., & Van Stel, A. (2011). Types of Entrepreneurship and Economic Growth. En A. Szirmai, W. Naudé, & M. Goedhuys, *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development* (9780199596515 ed., págs. 1-16). England: Oxford University Press.
- Sternberg, R., & Arndt, O. (2009). The Firm or the Region: What Determines the Innovation Behavior of European Firms? *Economic Geography*, 77(4), 364-382.
- Stevens, H. M. (2016). *Challenges faced by SMEs in the internationalization process to emerging markets and ways to overcome them: the case of SANITOP in Mozambique*.

Católica-Lisbon Business & Economics. Mozambique: Católica-Lisbon School of Business and Economics.

- Sukarmijan, S.-S., & De la Vega-Sapong, O. (2014). The importance of intellectual property for SMEs; Challenges and moving forward. *UMK Procedia*, *1*, 74-81.
- Tang, J. (2006). Competition and innovation behaviour. *Research Policy*(35), 68-82.
- Teece, D. J. (December de 1986a). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, *XV*(6), 285-305.
- Teece, D. J. (1998b). Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for Know-How, and Intangible Assets. *California Management Review*, *40*(3), 55–79.
- Thomä, J., & Bizer, K. (2013). To protect or not to protect? Modes of appropriability in the small enterprise sector. *Research Policy*, *42*(1), 35-49.
- Tinoco de Soares, J. C., & Tobón Franco, N. (Noviembre de 2014). *ASIPI*. Obtenido de Asociacion Interamerican de la Propiedad Intelectual (ASIPI): 50 años de Historia: <http://asipi.org/wp-content/uploads/2016/05/Libro-Asipi-50-1.pdf>
- Todericiu, R., & Stanit, A. (2015). Intellectual Capital - They key for Sustainable Competitive Advantage for the SME's Sector. *Procedia: Economics and Finance*, *XXVII*, 676-681.
- Toledo, A., Botero, C., Guzmán, L., Sánchez, M., Cristiani, C., del Pinal, E., . . . Fossatti, M. (2014). *Peer 2 Peer University*. Obtenido de ABC del derecho de autor para bibliotecarios de América Latina: Módulo 4 - El marco teórico internacional: <https://courses.p2pu.org/en/courses/2178/content/4304/>
- Tomlinson, P. R., & Fai, F. M. (January de 2013). The nature of SME co-operation and innovation: A multi-scalar and multi-dimensional analysis. *International Journal of Production Economics*, *141*(1), 316-326.
- Uchtenhagen, U. (28 de Enero-Junio de 1998). El derecho de autor como derecho humano. *Revista de Derecho Privado*(13), 3-12.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2000). *Product Design and Development* . New York: McGraw-Hill.
- Ulwick, A. W. (February de 2002). Turn Customer Input into Innovation. *Harvard business Review*, *80*(1), 91-97.
- Vacek, J., Egerová, D., & Plevny, M. (2011). *InnoSkills: Innovation Guide for Small And Medium-Size Entreprises*. Technical University of Liberec. Liberec, Czech Republic, EU.: Liberec Economic Forum 2011.

- Vásquez, Y., & Arredondo-Cervantes, L. (2014). Importancia de las PyMEs en el mundo. Recomendaciones para Cuba. *Revista Cubana de Economía Internacional*(3), 2-15.
- Velásquez Vargas, G. (10 de Febrero de 2016). *Puro Marketing*. Obtenido de La Ventaja Absoluta y las Ventajas Comparativas y Competitivas : puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2016/02/la-ventaja-absoluta-y-la-ventaja.html
- Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo de Chile. (21 de Diciembre de 2011). *Manual Acercando la Propiedad Industrial* (Primera ed.). (U. d. Chile, Ed.) Chile: Repositorio Académico de la Universidad de Chile. Obtenido de Manual Acercando la Propiedad Industrial: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/124429?show=full>
- Vila, L. E., Pérez, P. J., & Coll-Serrano, V. (May de 2014). Innovation at the workplace: Do professional competencies matter? *Journal of Business Research*, 67(5), 752-757.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (January de 1978). Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards. *The Accounting Review*, 53(1), 112-134.
- WIPO. (11 de Agosto de 1910a). Obtenido de Convención sobre la Propiedad Literaria: http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/es/bac/trt_bac_001es.pdf
- WIPO. (2008b). Obtenido de INTELLECTUALPROPERTY HANDBOOK: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/489/wipo_pub_489.pdf
- WIPO. (2016c). Obtenido de Principios Básicos del Derecho de Autor de los Derechos Conexos: http://www.miguelcarbonell.com/artman/uploads/1/Principios_b_sicos_del_derecho_de_autor.pdf
- WIPO. (2017d). Obtenido de Las Indicaciones Geográficas: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf
- WIPO. (Octubre de 2017e). Obtenido de Protecting your Inventions Abroad: Frequently Asked Questions About the Patent Cooperation Treaty (PCT): <https://www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html>
- WIPO. (21 de Noviembre de 2018f). Obtenido de Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual : http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=283997
- WIPO. (21 de Noviembre de 2018g). Obtenido de Reseña del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Convenio de la OMPI) (1967): https://www.wipo.int/treaties/es/convention/summary_wipo_convention.html
- WIPO. (21 de Noviembre de 2018h). Obtenido de Estados Miembros: <http://www.wipo.int/members/es/>

- WIPO. (14 de January de 2019i). Obtenido de Innovation and Intellectual Property:
https://www.wipo.int/ip-outreach/es/ipday/2017/innovation_and_intellectual_property.html
- WIPO Magazine. (July de 2005a). Obtenido de IP & Business: Intellectual Property, Innovation and New Product Development:
https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2005/04/article_0002.html
- WIPO Magazine. (Agosto de 2018b). Obtenido de COCOPYright y el valor de los derechos morales: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2018/04/article_0003.html
- Wright, M., Filatotchev, I., Liu, X., & Buck, T. (2009). The Export Orientation and Export Performance of High-Technology SMEs in Emerging Markets: The Effects of Knowledge Transfer by Returnee Entrepreneurs. *Journal of International Business Studies*, 40(6), 1005-1021.
- WTO. (Septiembre de 2006). Obtenido de Como principio general, el Acuerdo sobre los ADPIC trata de conseguir un equilibrio:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/factsheet_pharm01_s.htm
- Xakan, J. M. (12 de Febrero de 2017). *Revista Discover*. Obtenido de Historia de la propiedad intelectual: Patentes, inventos y marcas :
<https://revistadiscover.com/profiles/blogs/historia-de-la-propiedad-intellectual-patentes-inventos-y-marcas>
- Yance-Carvajal, C., Solís Granda, L., Burgos Villamar, I., & Hermida-Hermida, L. (2017). La importancia de las PYMES en el Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2-17.
- Yoon , J. (2015). Impact of Intellectual Property Promotion for Small and Medium sized Enterprises (SMEs) in South Korea: An Examination of IP Star program Impact. (U. O. Kentucky, Ed.) *MPA/MPP Capstone Projects*, 2-29.
- Zain, M., & Imm, S. (2006). The Impacts of Network Relationships on SMEs' Internationalization Process. *Thunderbird International Business Review*, 42(2), 183-205.
- Zaltman, G., Duncan, R., & Holbek, J. (1973). *Organizations and Innovations* (99 ed.). United States: John Wiley & Sons Inc.
- Zaridis, A. D. (2009). Competitive Advantage and its Sources in an Evolving Market. *AIP Conference Proceedings*, 1148(1), 917-920.
- Zebb, M. (1996). Intellectual property protection and the globalization of the world economy. *Intereconomics*, XI(1), 21-26.
- Zukerfeld, M. (2010). *Capitalismo y Conocimiento*, Volumen III. Obtenido de Las regulaciones del Acceso a los conocimientos en el Capitalismo Informacional:

Propiedad Intelectual y más allá:

<https://capitalismoyconocimiento.files.wordpress.com/2010/12/volumen-ii-cap-i-a-iv.pdf>

ANEXOS

Apéndice A

CUESTIONARIO	
Nombre Empresa o Institución	
Sector o Actividad económica	
Nombres y Apellidos	
1) ¿Ha modificado su empresa significativamente la estética de algún bien o servicio (diseño) en el interfaz de relación con el cliente?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿Cuál/es? (ej. envasados, empaques, menús de una web, estética de una app)</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>¿Detalle 2 motivos por el cual no lo ha hecho?</i>
2) ¿Ha introducido su empresa nuevas técnicas o canales para la promoción del bien o servicio?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿Cuál/es? (ej. nuevas marcas, nuevo canal publicitario)</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (Motivos)</i>
3) ¿La empresa cuenta con un sistema de desarrollo de su marca e identidad corporativa?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿Qué tipo de sistema? (por situaciones puntuales: sitio web, acceso a nuevos mercados o por una estrategia corporativa: fortalecer los valores de la empresa o las fortalezas de sus bienes/servicios)</i>

NO <input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>
4) ¿La empresa ha identificado algún reto o necesidad que pueda suponer una mejora en la competitividad?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿De qué tipo? (ej. captación de pedidos de los clientes, para la comercialización y posicionamiento en la web)</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>¿Qué barreras o dificultades tiene identificadas la empresa para afrontar los retos anteriormente descritos? (ej. financiera, alto nivel de competencia imitadora, riesgos elevados, etc.)</i>
5) Durante los últimos tres años, ¿este establecimiento ha introducido productos o servicios nuevos o mejorados significativamente?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿Cuál/es?</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>
6) ¿Alguno de los productos o servicios mencionados también fueron nuevos para el mercado principal del establecimiento?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿De qué manera?</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>
7) Durante los últimos tres años, ¿En qué ha invertido más este establecimiento? (página web, actividades de P.I, marketing, etc.)	
8) ¿Cuál fue el principal mercado en el que este establecimiento vendió su producto principal? y ¿Por qué?	
9) ¿Qué mecanismo o tipo de derecho de propiedad intelectual usted conoce?	

10) ¿Cuáles de los tipos o mecanismos de propiedad intelectual, cree usted que son los más utilizados en el país?			
11) Según su criterio, ¿Cuáles de los tipos o mecanismos de DPI cree usted que sean importantes para SU negocio?			
12) ¿Usted conoce los beneficios que le brinda el sistema de Propiedad Intelectual?			
SI	<input type="checkbox"/>	<i>¿Cuál/es?</i>	
NO	<input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>	
13) ¿Cuáles cree usted que son los beneficios para su empresa si sus activos intangibles estuvieran bajo protección de P.I?			
14) ¿Ha accedido su empresa a mercados internacionales?			
SI	<input type="checkbox"/>	<i>¿De qué manera?</i>	
NO	<input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>	
15) ¿Su empresa ha protegido algún/os de sus activos intangibles bajo algún tipo o mecanismo de P.I y ha pensado en una aplicación para su protección fuera del país?			
SI	<input type="checkbox"/>	<i>¿Qué tipos?</i>	SI <input type="checkbox"/> <i>¿Dónde ha ganado la protección de la propiedad intelectual en el extranjero?</i>
NO	<input type="checkbox"/>	<i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>	NO <input type="checkbox"/> <i>¿Por qué? (cite los principales motivos)</i>

16) ¿Tiene su empresa algún tipo de propiedad intelectual que haya elegido no proteger?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿Cuál/les? y ¿Por qué?</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>Cite las dificultades que le impiden tomar alguna forma de protección</i>
17) ¿Alguna vez su empresa ha buscado asesoramiento sobre propiedad intelectual?	
SI <input type="checkbox"/>	<i>¿De dónde vino el consejo de P.I? (SENADI, WIPO, abogado, etc.)</i>
NO <input type="checkbox"/>	<i>¿De dónde esperaría recibir asesoramiento de IP?</i>
18) Según su experiencia y conocimiento, ¿Cuáles son los motivos principales para que una empresa PyMEs no acuda a la protección inmediata de sus activos intangibles?	
19) Se conoce que la P.I es de carácter territorial o nacional. Según su experiencia y conocimientos, ¿Cuáles son los motivos principales para que una empresa PyMEs exportadora no se arriesga a proteger sus activos intangibles en el extranjero, especialmente en la Unión Europea?	
<i>SECCION 2 – INSTITUCIÓN PÚBLICA</i>	
1) ¿Qué involucra en general el Acuerdo Multipartes?	
2) ¿Qué beneficios brinda en general el Acuerdo Multipartes?	
3) ¿Qué retos y/o desafíos se ha enfrentado con el Acuerdo Multipartes?	

4) ¿Qué beneficios brinda en general el Acuerdo Multipartes?
5) ¿Cuánto se ha avanzado con el Acuerdo <i>Multipartes</i>?
6) ¿Cómo se instrumentaliza los beneficios adquiridos con el Acuerdo en términos de P.I.?
7) ¿Cómo responden los empresarios al Acuerdo Multipartes?
8) ¿Cómo se instrumentaliza los beneficios adquiridos con el Acuerdo en términos de P.I.?
9) Sabemos que los DPI son una de las actividades que puede utilizarse para emprender innovación empero ¿Cree usted que todos los DPI son innovación?
10) ¿Cree que los DPI permiten a las empresas ecuatorianas ser más competitivas?
11) ¿Cómo aprovechan las empresas europeas el acuerdo en Ecuador?

12) ¿Quién se favorece mayormente en términos de DPI y competitividad?
13) ¿Qué factores o índices se utilizan para medir la innovación y la competitividad?
14) ¿Qué hacer para ganar competitividad a partir de los DPI?
15) Según el modelo teórico aplicado en esta investigación, que trata de demostrar y aseverar que los derechos de propiedad intelectual tienen una incidencia en la competitividad siempre y cuando se innove. ¿Usted qué opina de tal relación? ¿Cree usted que se evidencia en la realidad?



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Díaz-Salvatierra Joan Argelis** con C.C: # **0926430927** autor/a del trabajo de titulación: **Efectos de los derechos de propiedad intelectual en la competitividad de las empresas ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes Ecuador y la Unión** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **18 de marzo de 2019**

f. _____

Nombre: **Díaz-Salvatierra Joan Argelis**

C.C: **0926430927**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Efectos de los derechos de Propiedad Intelectual en la competitividad de las empresas ecuatorianas luego del Acuerdo Multipartes Ecuador y la Unión Europea		
AUTOR(ES)	Joan A. Díaz-Salvatierra		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Villacrés Roca, Julio Ricardo, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	18 de febrero de 2019	No. PÁGINAS:	DE 272
ÁREAS TEMÁTICAS:	Negocios Internacionales, Comercio Exterior, Marketing Internacional, Integración Económica		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Propiedad Intelectual, Competitividad, Acuerdo Multipartes ECU-EU, Innovación		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>Los cambios tecnológicos, la globalización y la transición a la llamada economía del conocimiento han transformado la competencia global, es decir, forma de competir entre empresas y países. Dicho esto, el Ecuador negoció un Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea. El objetivo de este trabajo de investigación abarcó un subcapítulo de dicho Acuerdo, llamado Propiedad Intelectual, por lo tanto, se estudió si hay incidencia de los derechos de propiedad intelectual condicionados a la innovación en la competitividad del sector empresarial ecuatoriano frente al sector empresarial europeo. Se utilizó un enfoque mixto para analizar patrones de comportamiento de los registros DPI publicados durante el periodo 2015 al 2018 por el SENADI/IEPI (CUAN) y mostrar cómo y porque, a través de entrevistas a expertos, existe mayores solicitudes extranjeras ingresadas que ecuatorianas (CUAL). La recolección y el análisis fueron concurrente (DISTRAC), los resultados cuantitativos mostraron que existen mayor patentamiento de invenciones PCT extranjeras que ecuatorianas a diferencia de las otras solicitudes de DPI industriales y derechos de autor; los resultados cualitativos mostraron que existen diferentes ineficiencias el mismo sistema ecuatoriano que no permiten desarrollar estas actividades eficazmente, a pesar de que, hemos modernizado los sistemas institucionales y tenemos un tratado que promueve la competitividad. Del ese modo, se argumenta que aunque la teoría explica que si hay una incidencia de los DPI condicionadas a la innovación en la competitividad, en la realidad ecuatoriana, el sector empresarial ecuatoriano no es verdaderamente competitivo frente al sector empresarial europeo. En fin, se concluye que el Acuerdo no está siendo utilizando correctamente y que si estos problemas internos continúan vamos a tener más solicitudes de patentes extranjeras que ecuatorianas.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-984937832	E-mail: jads_f5@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Román Bermeo, Cynthia Lizbeth Mgs.		
	Teléfono: +593-4-3804601 Ext. 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			