

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**TEMA:**

“PROPIEDAD INTELECTUAL Y SU RELACIÓN EN EL DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO EN LAS EMPRESAS TEXTILES”

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas**

**Línea de investigación:**

Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo socioeconómico

**AUTOR:**

Quetzali Idabel Lema Remache

**DIRECTOR:**

MSc. Ligia Isabel Beltrán Urvina

**Ibarra - Ecuador 2025**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1719877472		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Lema Remache Quetzali Idabel		
DIRECCIÓN:	Otavalo – Peguche Barrio: Santa Lucía		
EMAIL:	qilemar@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	(06) 2690 - 536	TELÉFONO MÓVIL:	096 942 7280

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Propiedad Intelectual y su Relación en el Desempeño Socioeconómico en las Empresas Textiles
AUTOR (ES):	Lema Remache Quetzali Idabel
FECHA: DD/MM/AAAA	06/10/2025
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Administración de Empresas
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Marcelo Vallejos / Msc. Ligia Beltrán

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de octubre de 2025

EL AUTOR:

.....  
Lema Remache Quetzali Idabel



CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 03 de octubre de 2025

MSc. Beltrán Urvina Ligia Isabel

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f):  .....

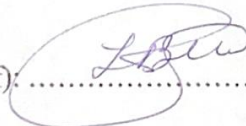
MSc. Beltrán Urvina Ligia Isabel

C.C.: 1713755062



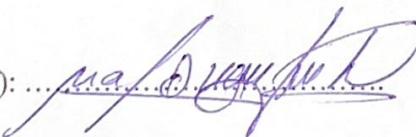
APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificador del trabajo de Integración Curricular “Propiedad Intelectual y su Relación en el Desempeño Socioeconómico en las Empresas Textiles” elaborado por Quetzali Idabel Lema Remache, previo a la obtención del título de Licenciatura en Administración de Empresas, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

(f):  .....

MSc. Beltrán Urvina Ligia Isabel

C.C.: 1713755062

(f):  .....

MSc. Vallejos Orbe Henry Marcelo

C.C.: 1001813821

## **Dedicatoria**

A Dios, por ser mi guía y fortaleza, por iluminar cada paso de este camino y darme la sabiduría necesaria para superar cada desafío, a él elevo mi gratitud por permitir que este sueño se haga realidad.

A mi hijita Itzlasíwa, mi mayor inspiración y mi fuerza. Eres el motivo de todos mis esfuerzos para brindarte un futuro lleno de amor y ejemplo. Cada palabra de esta tesis lleva impregnado el inmenso amor que siento por ti, mi amada princesa.

A mi esposo Paul, mi compañero de vida, de estudio, de trabajo y de sueños, gracias por tu paciencia, tu apoyo inquebrantable, tu fe en mí incluso cuando yo misma dudaba, fuiste mi equilibrio, mi impulso y mi mayor admirador.

A mis padres Luis y Elsa, por su amor incondicional, por sus sacrificios silenciosos y por enseñarme el valor de la responsabilidad, la perseverancia y el esfuerzo honesto, cada página de este trabajo lleva impreso el sacrificio y la entrega que me han brindado.

A mi hermana Shade, por ser mi compañera de vida, mi amiga incondicional, por estar presente con su apoyo, su escucha, su cariño en cada etapa de este proceso, gracias por compartir mis sueños, por celebrar mis triunfos y por recordarme siempre que el esfuerzo, la constancia tienen su recompensa.

A mis abuelitos Antonio Lema, Luzmaría y Roselena, por su amor tierno, sus oraciones constantes, su ejemplo de vida sencilla, sabia y bondadosa ha dejado una gran enseñanza a mi vida y corazón.

Gracias a ustedes por ser mi apoyo y mi aliento en este gran paso, este logro es tanto mío como suyo. Con mucho cariño y gratitud.

**Quetzali Lema**

## Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, por concederme la vida, la salud, la sabiduría y la fortaleza necesarias para culminar esta importante etapa. Sin su guía y amor nada habría sido posible, quedo agradecida eternamente con mi amado creador.

Agradezco también con profundo respeto y gratitud a mis estimados ingenieros:

- **Msc. Ligia Beltrán**, mi directora de tesis, por su orientación constante, sus valiosos aportes, su paciencia y su disposición para acompañarme con compromiso durante todo el desarrollo de este trabajo.
- **Msc. Marcelo Vallejos**, mi asesor de tesis, por sus observaciones oportunas, su guía técnica y por aportar a la calidad académica de este estudio.

Gracias a **Tejidos Marko's**, y en especial a la Lic. **María Aguirre Calderón**, por su apertura y apoyo durante todo el proceso, por facilitarme el acceso a la información, por responder con paciencia a cada una de mis consultas y por brindar un espacio donde pude desarrollar mis actividades de investigación con total confianza.

De igual manera, extendiendo mi agradecimiento a **Tejidos Variedad**, y especialmente a la Sra. **Robertina Lema**, por su colaboración y disposición para compartir sus conocimientos, experiencias y datos. Su receptividad y acompañamiento fueron fundamentales para la recolección de información, permitiéndome obtener resultados precisos y significativos para el análisis de mi investigación.

A ambas empresas, gracias por confiar en este proyecto y por su invaluable aporte al desarrollo de mi estudio, este trabajo también es un reflejo del apoyo y la cooperación que ustedes brindaron de manera generosa y profesional.

## Resumen Ejecutivo

El objetivo general de este estudio es analizar la relación entre la propiedad intelectual (PI) y el desempeño socioeconómico de las empresas textiles. La investigación empleó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. A través de encuestas y entrevistas, se recoge información de los clientes y trabajadores de dos microempresas textiles en el cantón de Antonio Ante: Tejidos Marko's, que cuenta con registro de PI, y Tejidos Variedad, que aún no lo considera. El análisis utiliza el método inductivo y deductivo para interpretar los datos recopilados y analizar la influencia de la PI sobre el rendimiento económico y social de las empresas. Se emplean técnicas estadísticas como la correlación de Spearman para establecer las relaciones entre las variables de PI y desempeño socioeconómico. Los resultados muestran que Tejidos Marko's, con una estrategia formal de PI, experimenta un desempeño socioeconómico superior, con una percepción positiva de clientes y empleados, mientras que Tejidos Variedad, al carecer de protección formal de PI, muestra un desempeño moderado, requiriendo la necesidad de tomar medidas para el bienestar del negocio. Como conclusión la PI es un instrumento que mejora la competitividad y rentabilidad en las empresas textiles, formalizar en Tejidos Variedad, aportará en su crecimiento, asegurando que sus innovaciones y creaciones sean protegidas ante el mercado.

**Palabras clave:** propiedad intelectual, desempeño socioeconómico, microempresas, textiles, innovación, competitividad.

## **Abstract**

The general objective of this study is to analyze the relationship between intellectual property (IP) and the socioeconomic performance of textile companies. The research employs a mixed approach, combining qualitative and quantitative methods. Through surveys and interviews, information is collected from customers and workers of two textile microenterprises in the canton of Antonio Ante: Tejidos Marko's, which has IP registration, and Tejidos Variedad, which has not yet implemented these measures. The analysis uses the inductive and deductive method to interpret the data collected and evaluate the influence of IP on the economic and social performance of the enterprises. Statistical techniques such as Spearman's correlation are used to establish the relationships between IP variables and socioeconomic performance. The results show that Tejidos Marko's, with a formal IP strategy, experiences superior socioeconomic performance, with a positive perception from customers and employees, while Tejidos Variedad, lacking formal IP protection, shows moderate performance, requiring measures to be taken for the well-being of the business. In conclusion, IP is a tool that improves competitiveness and profitability in textile companies. Formalizing IP at Tejidos Variedad will contribute to its growth, ensuring that its innovations and creations are protected in the market.

**Keywords:** intellectual property, socioeconomic performance, microenterprises, textiles, innovation, competitiveness.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	5
Agradecimientos.....	6
Resumen Ejecutivo.....	7
Abstract.....	8
Introducción.....	14
Problema.....	14
Antecedentes.....	16
Justificación.....	19
Objetivo.....	21
Objetivo general.....	21
Objetivos específicos.....	21
Capítulo I: Marco teórico.....	22
Propiedad intelectual.....	22
Evolución.....	23
Características.....	24
Marca.....	26
Innovación.....	27
Barreras.....	28
Desempeño socioeconómico.....	29
Teoría.....	30

Imagen .....	31
Rendimiento .....	32
Crecimiento en el mercado .....	32
Propiedad intelectual y el desempeño socioeconómico en el sector textil .....	33
Base legal.....	35
Capítulo II: Materiales y métodos .....	36
Tipo de investigación.....	36
Alcance .....	37
Técnicas e instrumentos.....	37
Matriz de operacionalización de variables .....	39
Participantes.....	40
Procedimiento y análisis de datos.....	41
Capítulo III: Resultados y Discusión.....	43
Resultados descriptivos .....	43
Resultados encuesta clientes.....	48
Resultados variable Propiedad Intelectual.....	48
Resultados variable Desempeño Socioeconómico .....	52
Resultados encuesta trabajadores .....	56
Resultados variable Propiedad Intelectual.....	57
Resultados variable Desempeño Socioeconómico .....	60
Correlaciones .....	64

Conclusiones.....	72
Recomendaciones .....	73
Referencias bibliográficas .....	74
ANEXOS.....	87
Anexo 1 – Encuesta Clientes .....	87
Anexo 2 – Encuesta Trabajadores .....	92
Anexo 3 – Entrevista Propietarios .....	95
Anexo 5 – Entrevista y Visita a la Propietaria de TEJIDOS MARKO’S.....	97
Anexo 6 – Entrevista y Visita a la Propietaria de TEJIDOS VARIEDAD .....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características de la propiedad intelectual.....	24
<b>Tabla 2.</b> Base legal.....	35
<b>Tabla 3.</b> Matriz de operacionalización de variables.....	39
<b>Tabla 4.</b> Participantes.....	41
<b>Tabla 5.</b> Análisis descriptivos encuesta clientes .....	43
<b>Tabla 6.</b> Confiabilidad encuesta clientes.....	45
<b>Tabla 7.</b> Análisis descriptivos encuesta trabajadores .....	46
<b>Tabla 8.</b> Confiabilidad encuesta trabajadores .....	47
<b>Tabla 9.</b> Variable PI empresa Marko´s.....	48
<b>Tabla 10.</b> Variable PI empresa Variedad .....	51
<b>Tabla 11.</b> Variable desempeño socioeconómico empresa Marko´s.....	53
<b>Tabla 12.</b> Variable desempeño socioeconómico empresa Variedad.....	55
<b>Tabla 13.</b> Variable PI encuesta trabajadores Markos .....	57
<b>Tabla 14.</b> Variable PI encuesta trabajadores Variedad .....	59
<b>Tabla 15.</b> Variable desempeño socioeconómico encuesta trabajadores Marko´s .....	60
<b>Tabla 16.</b> Variable desempeño socioeconómico encuesta trabajadores Variedad.....	62
<b>Tabla 17.</b> Normalidad clientes .....	64
<b>Tabla 18.</b> Normalidad trabajadores.....	65
<b>Tabla 17.</b> Valoración Spearman .....	66

<b>Tabla 18.</b> Correlación Spearman clientes .....	67
--	----

<b>Tabla 19.</b> Correlación Spearman trabajadores .....	68
--	----

### ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Barreras de la propiedad intelectual.....	28
--	----

<b>Figura 3.</b> Correlación entre variables percepción trabajadores .....	70
--	----

<b>Figura 2.</b> Correlación entre variables percepción clientes.....	71
---	----

## **Introducción**

### **Problema**

Según Pazmiño (2022) la propiedad intelectual es un activo intangible para las empresas textiles, debido que proviene del conocimiento de los trabajadores y equipos, la adecuada gestión y protección se relaciona con el desempeño socioeconómico, porque impulsa la competitividad y el acceso a nuevos mercados.

Por lo tanto, juega un papel crucial en proteger las innovaciones, marcas y diseños, factores para la competitividad de las empresas textiles. No obstante, los empresarios del sector desestiman la relevancia, lo que lleva a no utilizar las herramientas legales, además la inadecuada administración de los derechos de propiedad conduce a las pérdidas de oportunidades para destacarse en el mercado, dejando a los negocios vulnerables a la competencia y, por ende, su rentabilidad y expansión.

Gudiño (2020), afirma que, en los últimos años, empresarios ecuatorianos han demostrado un entendimiento restringido y una aplicación insuficiente de los derechos de PI, esto se manifiesta por el escaso uso de los sistemas de registro de patentes y derechos de autor y marcas. La ausencia de la protección legal facilita que la competencia replique diseños innovadores, donde amenaza la originalidad y competitividad de sus empresas.

Como resultado, las empresas enfrentan pérdidas económicas, además de no contar con oportunidades de crecimiento como el acceso a mercados internacionales. Por lo tanto, uno de los problemas que enfrenta el país es la piratería. De acuerdo con Ormazábal (2018), aunque los distribuidores y vendedores de productos ilícitos se benefician, los sectores como la industria textil, musical, etc., se ven afectados por la falta de protección de los productos y proyectos.

Este fenómeno tiene múltiples causas como la ausencia de formación sobre la PI, obstaculizando que los empresarios y diseñadores identifiquen el valor estratégico que puede adquirir al salvaguardar las creaciones y restringir la copia de la competencia. Centeno (2019), menciona que se pone en riesgo la sostenibilidad a largo plazo de una empresa al no registrar sus productos, marca, entre otros, de igual manera, es crucial que el estado asegure una ley eficaz sobre la creatividad y crecimiento económico de las entidades.

En Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020), es el organismo encargado en la protección, promoción y difusión del uso adecuado de la PI, la labor se enfoca en tres áreas principales, en la propiedad de industria, derechos de autor y conexos, así como la protección de obtenciones vegetales y conocimientos tradicionales. A través de estas áreas, el SENADI contribuye a fortalecer el marco legal y a garantizar la protección de las creaciones e innovaciones en el país.

Otro elemento crucial para salvaguardar la PI es la competencia global Ramírez et al., (2020) refiere que China, es una nación que fabrica productos a costos bajos, esta circunstancia sitúa a empresarios ecuatorianos tomar medidas para competir en el mercado como duplicar las ideas y diseños con el objetivo de conseguir una ventaja competitiva. Intensificando el problema de la audiencia de protección legal para sus innovaciones, teniendo la necesidad de robustecer los sistemas de PI y proteger la creatividad y competitividad de los empresarios.

Según López (2020), la importación de productos similares donde los costos de producción son más bajos, afecta a la fabricación y comercialización de los productos ecuatorianos, a nivel local e internacional, generando una competencia desleal lo que dificulta la competitividad de los productores nacionales.

Teniendo en cuenta a Horna (2021), Ecuador es reconocido por la vocación emprendedora de los ciudadanos, en la provincia de Imbabura, donde se concentran industrias textiles como el cantón de Antonio Ante, esta zona se destaca por las industrias textiles, manufactureras y comerciales, en ese sentido, son reconocidas a nivel local e internacional. No obstante, las empresas carecen de herramientas basadas en la PI que les permita proteger y garantizar los beneficios en la producción y comercialización de los productos. Esta falta de protección impacta en la competitividad de las empresas en aspectos como precio, diseño y calidad para ingresar al mercado.

Por lo expuesto, el presente estudio se centra en analizar la relación entre la PI y el desempeño socioeconómico de las empresas textiles, con el fin de fortalecer la competitividad y sostenibilidad del sector. A continuación, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué relación se muestra entre la propiedad intelectual y los materiales y métodos socioeconómicos para las empresas textiles?

### **Antecedentes**

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI, el sector textil se posiciona como uno de los que más registran marcas y diseños industriales para proteger los productos. Como lo menciona la OMPI (2019), la protección de los diseños industriales garantiza que los derechos sobre estos pertenecen a quien los registra, evitando copias no autorizadas por terceros.

Es un mecanismo de poder económico que beneficia a las corporaciones multinacionales y a los países desarrollados, permitiéndoles contar con un valor agregado frente a la competencia. El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad

Intelectual (2020), está relacionado con el comercio y refleja la importancia de los negocios para adecuarse para competir en el mercado local e internacional.

La industria textil impulsada por la innovación y la creatividad depende de la protección de la PI para fortalecer la competitividad empresarial. Esto permite a los negocios resguardar los diseños, patrones, marcas y tecnologías, asegurando la exclusividad comercial de los productos, además de protegerlas de la competencia desleal, esta medida incentiva la inversión de nuevas ideas y a la vez favorece el crecimiento económico (García, 2023).

De este modo, la industria juega un papel en la sociedad, al generar empleo y oportunidades de innovación. Los negocios, al centrarse en la sostenibilidad y crear un valor a sus productos aseguran su sostenibilidad con la fidelidad de los clientes, lo que influye directamente en la rentabilidad de una empresa (Álvarez, 2015). Ruiz & Colin (2010), mencionan que mantener una ventaja competitiva sostenible a lo largo del tiempo mediante la aplicación de estrategias de diferenciación, favorece a la empresa en la rentabilidad y satisfacción del cliente, construyendo reputación de la marca, debido que se basa en la calidad y el valor percibido de sus productos.

La innovación en diseño, una gestión de producción eficiente y la protección de la PI son factores esenciales para que los negocios mantengan una ventaja competitiva en el mercado. Briñeza (2021), afirma que la sostenibilidad se convierte en un elemento crucial a largo plazo, donde las empresas deben adoptar estrategias actualizadas y fidelizar a los clientes.

Según estadísticas de la International Labour Organization (2019), el sector textil es una de las principales fuentes de empleo en los países en desarrollo, para mejorar el desempeño económico es necesario que los negocios gestionen la propiedad intelectual y

adopten estrategias de innovación, mediante la aplicación de protecciones legales, las empresas pueden crear y expandirse.

Uno de los aspectos clave de la PI es la denominación de origen lo que permite distinguir los productos o servicios de un negocio de la competencia, brindando protección legal, volviéndose un elemento estratégico en el ámbito comercial y de marketing para las organizaciones que buscan transformar la innovación en activos intangibles.

El estudio más relevante a nivel internacional sobre la relación entre la PI y desempeño socioeconómico en el sector textil un informe por WIPO (2020), analiza la importancia en la industria creativa y manufacturera, destacando que las empresas que invierten en la protección de las marcas, diseños y patentes logran posicionarse en mercados internacionales.

Por lo expuesto, las empresas que adoptan estrategias adecuadas en la PI protegen sus activos intangibles, además fortalecen su competitividad en otros mercados. Por su parte en América Latina un estudio realizado por Cardoza (2022), abordó cómo impacta en las empresas textiles de Colombia, concluyendo que la falta de capacitación sobre los beneficios de registrar los diseños ha limitado el crecimiento del sector para competir internacionalmente, además se han expuesto a copias por parte de la competencia.

Este estudio, destaca que las empresas que adoptan estrategias de protección intelectual salvaguardan los diseños, además logran aumentar las ventas y el acceso a nuevos mercados. En el contexto específico en Imbabura Obando (2024), analiza la PI como factor de competitividad en el sector textil en Antonio Ante, concluyendo que las empresas desconocen los procesos para registrar los diseños y ha perjudicado la

competitividad en el sector, no obstante, identificó ejemplos exitosos de empresas que al proteger sus diseños lograron destacarse a nivel nacional e internacional.

Bajo lo expuesto por los estudios previos nacionales e internacionales, la PI exige un análisis sobre el impacto en los diversos sectores como el industrial, artístico, tecnológico, entre otros, proporcionando a los dueños los derechos exclusivos e impidiendo la falsificación de sus productos, garantizando así el valor de la innovación facilitando a la empresa la expansión a nivel local e internacional. Por lo tanto, analizar la situación actual de los negocios textiles permite el fortalecimiento en el mercado.

### **Justificación**

La PI es clave para la innovación y el crecimiento de las empresas, en la industria textil, proteger los diseños y las marcas con patentes y derechos de autor ofrece exclusividad sobre las creaciones y una ventaja a nivel nacional e internacional, ayudando a un negocio a destacar y mantener su posición en el mercado.

Según la OMPI (2024), la proyección adecuada de la PI beneficia a las empresas y refuerza las economías locales, permitiendo a las industrias competir en mercados internacionales. En el sector textil, la falta de una protección legal efectiva limita la capacidad de las empresas en expandirse y aprovechar su potencial. A nivel socioeconómico, esto afecta en el crecimiento empresarial y en la creación de empleo, por ello, una correcta gestión en los derechos de PI fomenta la innovación y mejora la competitividad de los negocios.

SENADI (2020), sostiene que la PI es un activo intangible clave para las empresas, porque facilita la innovación y transferencia de tecnología, dos elementos indispensables para el crecimiento económico sostenido. En ese sentido, la correcta gestión es crucial para el rendimiento económico de las organizaciones como en la

industria textil, donde la innovación es esencial para mantenerse competitivo (Rodríguez, 2020)

García (2023), establece que las empresas que gestionan la PI poseen una ventaja estratégica, porque son capaces de innovar y adaptarse a los cambios del mercado. Esta gestión permite proteger sus productos y aprovechar las oportunidades de crecimiento como incurrir en otros mercados.

Por lo expuesto, este estudio tiene como propósito explorar la relación entre la PI y el desempeño socioeconómico de las empresas textiles, determinando cómo una gestión adecuada de estos derechos contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas en el sector y cómo se mantiene como un pilar para la creación de estrategias y adaptarse al mercado.

Este análisis busca identificar las barreras y las oportunidades para mejorar la comprensión y aplicación de la PI en las empresas textiles, y cómo esto impacta en el desempeño económico en las regiones donde operan. La investigación se enfoca en los empresarios y diseñadores textiles que, a pesar de los desafíos, han logrado mejorar el valor estratégico para la competitividad y asegurar el crecimiento económico.

Al integrar la PI en sus productos o servicios, las empresas textiles ganan exclusividad y aumentan el valor de sus bienes, lo que les permite destacar en el mercado y expandir sus ventas tanto a nivel nacional como internacional. Analizar la situación actual de las empresas textiles que ayudará a mejorar la competitividad de sus productos.

En cuanto a la viabilidad, la investigación es factible porque aborda aspectos como la protección de la PI y la innovación, esenciales para la competitividad de las empresas, además al centrarse en cómo las estrategias impactan en el desarrollo socioeconómico, cubre áreas cruciales de la gestión empresarial como la productividad e innovación.

Además, el estudio tiene el potencial de generar información para futuras investigaciones de cómo mejorar las prácticas empresariales en el sector textil, impulsando el crecimiento y la expansión a nivel local e internacional.

## **Objetivo**

### **Objetivo general**

- Analizar la relación de propiedad intelectual en el desempeño socioeconómico de las empresas textiles.

### **Objetivos específicos**

- Conocer la aplicación de propiedad intelectual dentro de las empresas textiles.
- Determinar el desempeño socioeconómico en las empresas textiles.
- Establecer la relación de la propiedad intelectual frente al desempeño socioeconómico en la industria textil.

## Capítulo I: Marco teórico

### Propiedad intelectual

De acuerdo con Quiroz et al., (2021), la PI, es un conjunto de derechos exclusivos a los creadores, inventores y autores sobre las creaciones o invenciones. Estas pueden ser de diversas índoles, como obras literarias, artísticas, científicas e inclusive invenciones tecnológicas o marcas comerciales. En otras palabras, el objetivo principal es reconocer y proteger el esfuerzo y creatividad del ser humano, asegurando que los creadores obtengan beneficios económicos y no se expongan a la copia de su trabajo. Como refiere Aucejo (2023), este sistema de protección busca incentivar a la innovación y el progreso, proporcionando a los titulares el control sobre el uso, reproducción o distribución de los productos, evitando que terceros se beneficien sin el permiso correspondiente.

A través de la PI, se establece un equilibrio entre los creadores y el interés del público, permitiendo que las ideas o creaciones sean compartidas respetando la idea del creador.

De acuerdo con Nuryanto (2019), la PI es un conjunto de derechos otorgados a los creadores de obras originales, que les permite controlar el uso y la distribución de sus creaciones. Estos derechos pueden aplicarse a diferentes tipos de obras, como invenciones, obras literarias, artísticas, marcas comerciales, diseños industriales, y otros productos de la creatividad humana (Rodionov et al., 2020). De igual manera, Matos et al. (2018), menciona que es considerable aumento en el número de casos sobre derechos de activos intangibles y PI tramitados por el Tribunal de Derechos Intelectuales de la Federación Rusa evidencia las crecientes pérdidas causadas por la vulneración de derechos en este ámbito. Además, está regulada por una serie de tratados, como el Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, que establece

normas mínimas de protección que deben seguir todos los países firmantes (Vasconelos et al., 2019). Esto garantiza que los derechos de PI sean reconocidos y respetados en diferentes jurisdicciones.

Varios autores destacan a la PI como un factor para la competitividad empresarial, en sectores productivos como el textil. Según la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA) (2020), menciona que incluye derechos exclusivos que protegen las innovaciones y marcas comerciales. En Ecuador ejemplos muestran cómo la PI puede impulsar el crecimiento socioeconómico, por ejemplo Palacios et al. (2020), detalla que los artesanos con el origen otorgado en el SENADI 2009 ha protegido el patrimonio cultural, además ha ganado presencia en los mercados internacionales. Asimismo, Pardes (2020), en la ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura, enfatiza el autor que pese a ciertos desafíos estructurales como reglamentos y carencia de conocimiento reflejan el potencial de la gestión eficaz de la PI para lograr un desarrollo industrial, por ende, la capacitación de los trabajadores para una gestión de la PI.

Desde ese punto de vista, la PI va más allá de las normas o registros legales, convirtiéndose en una herramienta para las empresas textiles logren diferenciarse y aportar un valor agregado al mercado que cada vez es más competitivo, beneficiándose con la protección de diseños, marcas y procesos innovadores, fortaleciendo la confianza de clientes y aliados comerciales, además impulsa la creatividad de los trabajadores, quienes son piezas clave en la implementación y desarrollo efectivo de estas innovaciones.

### **Evolución**

Como señala Adams (2023), la PI inicia en 1474 en la República de Venecia, otorgando una patente de monopolio a Pietro di Ravenna para la impresión y distribución

de la obra Fenix, convirtiéndose en uno de los primeros intentos en proteger los derechos sobre las obras. Para 1710, en Inglaterra, el Estatuto de Anne, mejora la protección, concediendo a los autores un monopolio temporal sobre la reproducción de las obras impresas.

En la actualidad, la OMPI (2019), es la encargada de promover la protección de los derechos de PI a nivel mundial, con la aplicación de acuerdos y tratados internacionales. El más destacado es el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio ADPIC (2024), se establece en el año de 1994, donde se generan normas para la protección de la PI a nivel mundial, no obstante, generó debates en los países en desarrollo donde la aplicación se tornó complicada.

La OMPI, tiene un papel clave en la coordinación de las políticas, además cada país puede adaptar de acuerdo a sus necesidades. Según Sein & Prokop (2022), la OMPI permite impulsar las políticas que fomenten la innovación y el desarrollo económico.

En síntesis, la PI comenzó como una idea novedosa y se convirtió en un pilar importante en la economía global, protegiendo los derechos de los autores, además de fomentar la innovación y el crecimiento económico, pese a que la implantación es un desafío en países en desarrollo requiere de mayor rigurosidad por parte de los gobiernos para mejorar los sistemas de protección.

### **Características**

La PI se encarga en la protección de las creaciones asegurando derechos exclusivos, en la siguiente tabla se presentan las principales características:

**Tabla 1.**  
*Características de la propiedad intelectual*

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
Protección legal	Se encarga en otorgar derechos que son exclusivos para los autores para reproducir o distribuir sus creaciones

---

Temporalidad	Los derechos tienen una duración en un tiempo determinado, esto dependerá del tipo sea patente, derechos, marcas, entre otros.
Territorialidad	La protección es válida únicamente en el país donde se registra la PI.
Innovación y creatividad	La PI incentiva a las personas en la creación de nuevas obras y tecnología mediante beneficios económicos.
Reconocimiento de la autoría	Se encarga de garantizar que los autores sean reconocidos y reciban las compensaciones por las creaciones.
Desafíos tecnológicos	Uno de los desafíos es la inteligencia artificial donde plantea nuevos retos para la atribución de autoría y derechos.
Alineación internacional	Los países buscan armonizar los reglamentos mediante tratados internacionales como el ADPIC y los acuerdos generados por la OMPI.
Equidad y acceso	Se encarga de la promoción del acceso justo a las creaciones, equilibrando los derechos de los autores y el interés con el público.

---

Nota: Descripción de las características de la propiedad intelectual. Elaborado en base a: (Herrera & Morales, 2025).

Por lo expuesto en la tabla 1, la PI se convierte en un pilar en la actualidad, donde protege y fomenta la innovación, pese a que la evolución tecnológica y el surgimiento de la IA han puesto a prueba los sistemas de protección actual el apoyo de las organizaciones y gobiernos aseguran el equilibrio de los creadores y el acceso justo al conocimiento.

Como refiere la OMC (2020), la IA resguarda las invenciones intelectuales y desempeñan un rol en el desarrollo económico y la competitividad de las naciones. Al asegurar los derechos únicos para los autores, fomenta la inversión en investigación, desarrollo y tecnologías en ascenso. Esto resulta relevante para las compañías de pequeña y mediana escala, que perciben como un recurso esencial para sobresalir en el mercado y expandir sus actividades.

Además, proteger adecuadamente las patentes y marcas facilita el intercambio de tecnología y conocimientos entre países, fortaleciendo la cooperación internacional y el acceso a innovaciones clave. Según, ECIJA (2025) en un mundo cada vez más digital, la PI es clave para combatir la piratería y el uso no autorizado de obras creativas. Por eso, es necesario adaptar las leyes a los desafíos para defender los derechos de los autores y garantizar un entorno justo.

En este escenario, educar sobre PI se vuelve clave para cultivar una mentalidad que valore la originalidad y reconozca el esfuerzo creativo. Esto permite que los beneficios económicos derivados de las ideas se distribuyan de manera justa, promoviendo un entorno donde la innovación sea reconocida y protegida. Por lo tanto, Wong (2020), menciona que es un pilar clave para la economía global, porque protege a quienes desarrollan ideas y soluciones, impulsando la creatividad y el progreso. Durante la pandemia de COVID-19, su valor fue aún más evidente al facilitar el acceso a herramientas médicas y vacunas, demostrando su relevancia en momentos críticos.

Para UNCTAD (2021), en Ecuador, la protección de las patentes, marcas y derechos de autor impulsa el desarrollo económico al brindar beneficios tanto a individuos como a empresas. Una gestión eficiente de la PI fortalece la competitividad nacional y atrae inversión destinada a innovación y tecnología. Al promover un entorno donde se valoran las ideas y la creatividad, se generan condiciones favorables para el progreso y la expansión de nuevos sectores productivos.

### **Marca**

De acuerdo con la Ley de Protección Propiedad Intelectual (2020), la marca es un elemento clave que permite reconocer y distinguir productos o servicios frente a los de otras empresas en el mercado. En Ecuador, la normativa establece que puede ser cualquier

signo que se pueda representar gráficamente y que sirva para diferenciar lo que ofrece una empresa. Al registrarla, el titular obtiene el derecho exclusivo de uso dentro del país por un periodo de 10 años, con la posibilidad de renovarlo.

Registrar una marca permite su uso exclusivo, además ofrece respaldo legal frente a posibles imitaciones, usos indebidos o actos de piratería. Por ende, SENADI (2020) menciona que se debe otorgar al titular la facultad de tomar acciones legales ya sean civiles, penales o administrativas. Un beneficio adicional es que este registro asegura la prioridad en países miembros de la Comunidad Andina, facilitando su protección fuera del territorio nacional.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2020) según este organismo, proteger una marca estimula la creatividad y la innovación, generando reconocimiento y beneficios económicos para sus titulares, creando así un ambiente favorable para el crecimiento cultural y empresarial.

Por lo mencionado, la marca es esencial para que las empresas puedan diferenciarse y proteger sus productos o servicios en el mercado. En Ecuador, su registro, bajo la regulación del SENADI y la Ley de Propiedad Intelectual, otorga derechos exclusivos que resguardan la identidad de la empresa, fomentan la innovación y el crecimiento económico, tal como lo destaca la OMPI

### **Innovación**

La innovación es clave para el desarrollo económico y social, y la PI para impulsar. Según la OMPI (2020), proteger derechos como patentes y marcas fomenta la creatividad y proporciona seguridad jurídica a los innovadores.

En Ecuador, el SENADI (2020), en colaboración con la OMPI, ha implementado programas como el PAI, que ofrece asesoría gratuita a pequeños inventores y

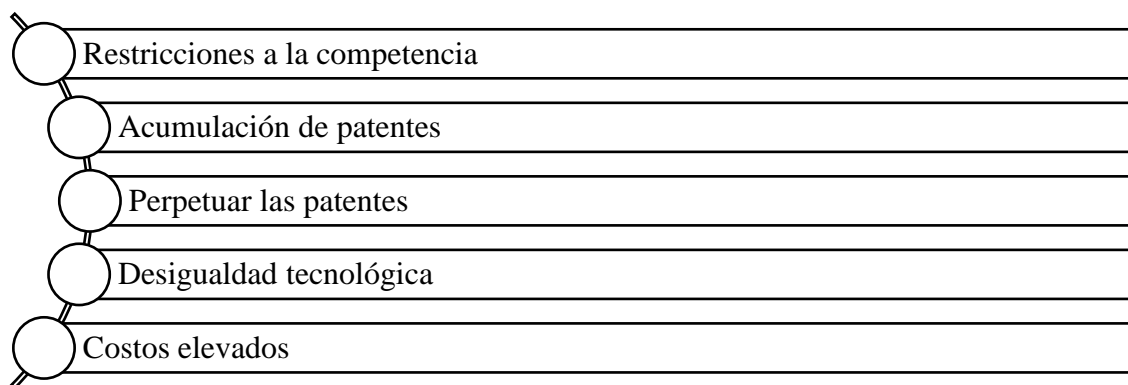
microempresas, facilitando la protección de sus invenciones. Además, los Centros de Apoyando a la Tecnología y la Innovación (CATI) ayudan a emprendedores y empresas a acceder a información tecnológica, fortaleciendo la capacidad innovadora del país.

Estas iniciativas, junto con sistemas tecnológicas como IPAS para gestionar solicitudes de PI, contribuyen a un entorno más favorable para la innovación, esencial para el crecimiento económico y la competitividad de Ecuador a nivel internacional.

### **Barreras**

Como refiere Van (2023), las limitaciones de la PI representan desafíos para la innovación y el acceso equitativo a tecnologías y conocimientos. Aunque las normativas buscan proteger los derechos de los creadores, a menudo generan efectos negativos que limitan la competencia y frenan el progreso en diversas áreas. A continuación, se destacan algunas de las principales dificultades asociadas a la PI:

**Figura 1.**  
*Barreras de la propiedad intelectual*



Nota: Detalle de las barreras de la propiedad intelectual. Elaborado por la autora. Elaborado en base de: (Van, 2023).

Como establece Van (2023), las leyes de PI pueden crear barreras que limitan la competencia y el acceso a la tecnología. Los monopolios temporales que se derivan de estas leyes registran el acceso a conocimientos, lo que a su vez frena el progreso en

sectores clave para el desarrollo. Además, Neelbauer & Schweidel (2023), mencionan que las complejas redes de patentes dificultan la innovación, porque es casi imposible crear nuevos productos sin riesgo de infringir alguna existente. Esto aumenta los costos y los riesgos asociados al desarrollo de nuevas soluciones.

Por su parte, Van (2023) la práctica de extender las patentes con cambios mínimos impide la llegada de soluciones más accesible, en el sector textil. Esta situación agrava la brecha tecnológica, favoreciendo a los países desarrollados y dejando a las naciones más pobres dependientes de tecnologías costosas. Además, los elevados costos y la complejidad del proceso legal para registrar benefician a las grandes corporaciones, mientras que las pequeñas empresas enfrentan serias dificultades para competir.

Las leyes de PI, aunque creadas para proteger a los creadores, tienden a concentrar el poder en un pequeño grupo de grandes corporaciones. Esto limita la competencia y restringe el acceso a tecnologías clave, generando barreras que dificultan tanto el progreso como la igualdad en el acceso a la innovación.

### **Desempeño socioeconómico**

Según la CEPAL (2021), mide el bienestar socioeconómico de una región, tomando en cuenta factores como el Producto Interno Bruto (PIB), la tasa de empleo, los grados de pobreza y la igualdad en el acceso a servicios como la educación y la salud.

Este principio es importante para comprender cómo las políticas públicas impactan en la calidad de vida de los individuos y cómo pueden ayudar a mejorarlas. Por lo tanto, la Secretaría Nacional de Planificación (2021), menciona es esencial para orientar la creación de políticas que fomenten un desarrollo inclusivo. En Ecuador, el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 tiene como objetivo potenciar el desempeño

socioeconómico mediante la creación de puestos de trabajo, la disminución de la pobreza y el fondo de un desarrollo económico más justo

Además de los indicadores económicos, el desempeño socioeconómico incluye aspectos sociales como la inclusión y la equidad. Un estudio del Banco Central del Ecuador (2024), destaca que el éxito depende de la capacidad de las instituciones para implementar políticas eficaces que respondan a las necesidades de todos los grupos poblacionales, asegurando que los beneficios del crecimiento sean compartidos de manera justa y equitativa.

Por todo lo anterior, el desempeño socioeconómico resulta clave para medir el impacto real de las políticas públicas en la vida de las personas. Frente a los constantes desafíos económicos y sociales, para adoptar estrategias que integren tanto el bienestar social.

### **Teoría**

La teoría del desempeño socioeconómico estudia cómo interactúan las variables económicas y sociales para influir en el bienestar de una sociedad. Amartya Sen, en su obra *Desarrollo como libertad* (2006) el desarrollo no debe limitarse a indicadores económicos tradicionales, se debe centrarse en ampliar las oportunidades reales de las personas para vivir con dignidad. Desde 2020, se ha enriquecido al incorporar factores como el acceso a la educación, la atención médica y la justicia social.

Se consideran variables como el ingreso promedio por persona, la disponibilidad de servicios esenciales, el nivel educativo, el estado de salud y la equidad en el acceso a oportunidades. Un informe de la CEPAL (2021), resalta que invertir en educación y salud eleva la calidad de vida de las personas, fortalece el crecimiento económico a largo plazo

y por ende, las dimensiones están conectadas, y su correcta articulación es clave para avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible.

La relevancia de esta teoría está en su mirada integral, que permite orientar la formulación de políticas públicas hacia el desarrollo humano en toda su dimensión. Al incorporar distintas áreas del bienestar, los gobiernos pueden crear estrategias más completas y efectivas. No obstante, su aplicación enfrenta obstáculos importantes, como la complejidad para medir aspectos sociales subjetivos y las limitaciones políticas y económicas que dificultan la puesta en marcha de políticas alineadas (Merizalde et al, 2023).

Por lo tanto, la teoría del desempeño socioeconómico ofrece un marco útil para comprender cómo distintos factores influyen en el bienestar colectivo. Al poner el foco en un desarrollo inclusivo, destaca la importancia de políticas públicas que impulsen el crecimiento económico y que promuevan la equidad y eleven la calidad de vida de toda la población.

### **Imagen**

La imagen es un componente esencial del desempeño socioeconómico, porque influye en cómo una empresa, marca o país es percibido por el mercado. Según Michael Porter, una imagen fortalece la ventaja competitiva al mejorar la diferenciación y fomentar la lealtad del consumidor, lo que impulsa el crecimiento económico. En las PYME, una gestión adecuada de la imagen, que incluya factores sociales como el bienestar del personal y el entorno, mejorar la productividad y la percepción externa. Además, estudios sobre marca país muestran que la imagen está influenciada por factores históricos y culturales, lo que afecta el posicionamiento internacional (Eugene, 2008).

En definitiva, la imagen actúa como un indicador estratégico que refleja la reputación y la capacidad de generar valor integrando dimensiones económicas, sociales y culturales clave para la competitividad.

### **Rendimiento**

El rendimiento es un pilar del desempeño socioeconómico, debido que refleja la capacidad de una empresa para generar beneficios y sostener su crecimiento. En Ecuador, indicadores como el ROI, ROE y ROA permiten analizar esta eficiencia. Más allá de las cifras financieras, el rendimiento se vincula a la gestión responsable de recursos y al impacto positivo en el entorno. Empresas con solidez económica tienden a invertir más en talento y expansión, generando beneficios sociales adicionales (Maridueña et al., 2021).

Según el World Business Council for Sustainable Development WBCSD (2020), medir el impacto socioeconómico implica analizar cómo la empresa influye en la productividad, los ingresos y el bienestar de sus grupos de interés. Además, existe evidencia de que la responsabilidad social corporativa mejora tanto la rentabilidad como la reputación. En síntesis, el rendimiento es un indicador clave de sostenibilidad y competitividad, al integrar resultados económicos con impacto social duradero.

### **Crecimiento en el mercado**

El crecimiento de mercado es esencial para que las empresas se desarrollan y mantengan su estabilidad a largo plazo. Conocer a fondo a los clientes actuales y potenciales es clave, debido que permite tomar decisiones estratégicas que ayudan a adaptarse a un entorno competitivo, que cambia rápidamente debido a la globalización y los avances tecnológicos. El progreso económico y social de un país depende de la capacidad de las empresas para expandirse, y esto se logra al invertir en talento y fomentar

la innovación, factores que mejoran la productividad y la competitividad (Enrique & Moran, 2021).

Para las pequeñas y medianas empresas, la diversificación de productos y la exploración de nuevos mercados son estrategias para seguir creciendo y mantenerse competitivas. Además, entender el mercado y contar con productos bien aceptados son elementos clave para asegurar su éxito.

### **Propiedad intelectual y el desempeño socioeconómico en el sector textil**

La PI juega un papel crucial en el crecimiento del sector textil en Ecuador. Los derechos de autor, patentes y marcas permiten a las empresas proteger sus diseños y destacarse en un mercado competitivo. Como menciona Encalada & Cueva (2023), el sector textil aporta el 5.9% del PIB industrial del país y es un importante generador de empleo, pero sufrió una caída del 40% en las ventas durante 2020 debido a la pandemia. En este escenario, fortalecer la PI se presenta como una estrategia necesaria para que las empresas puedan recuperarse y ser más competitivas.

Además, las políticas comerciales y los aranceles tienen un impacto en esta industria. La apertura comercial ha beneficiado a los impostores, pero ha puesto en desventaja a las empresas locales, que deben competir con productos más económicos. Por lo tanto, combinar la protección de los derechos de PI con políticas económicas que apoyen a las empresas nacionales (Sarango & Arias, 2025).

Es decir, es importante cuidar y fortalecer la PI podría ser la clave para el sector textil crezca y se mantenga competitivo, tanto a nivel nacional como internacional. De manera similar, en un informe del Banco Interamericano de Desarrollo en un estudio generado por Ruiz et al. (2025), enfatizan que la gestión integrada de PI y la participación de los trabajadores contribuyen a la creación de valor en las empresas textiles en América

Latina, la colaboración permite mejorar los productos y servicios, generando confianza y compromiso que impulsan al crecimiento.

Por lo mencionado, es indispensable analizar los trabajadores en las empresas, para comprender la PI en la organización debido que son quienes ejecutan estrategias o procesos de innovación, pueden identificar las oportunidades y desafíos que afectan directo en el desempeño empresarial, por ende, traduce en analizar las prácticas reales, con el fin de que un negocio pueda generar acciones que optimice su crecimiento.

Según Cho et al. (2015), la innovación y el crecimiento económico siguen siendo conceptos ambiguos, cuando se analizan los efectos diferenciados de un sistema de PI más sólido en diversas industrias. Esta perspectiva establece que existen cuatro vías causales a través de las cuales la PI, mediante la investigación y el desarrollo (I+D), puede impactar en el rendimiento económico. Además, se acepta que las condiciones externas del entorno empresarial pueden moderar la importancia de la PI para el desempeño de una empresa (Tsakalerou, 2018). Un factor crucial en este sentido es el nivel de protección como patentes, derechos de autor y marcas registradas en el entorno operativo de la empresa.

Por su parte, Çela & Çela (2013) enfatiza la importancia de una estrategia de PI como parte de la estrategia empresarial global, esta estrategia debe ajustarse a medida que el negocio progresa en distintas etapas de su ciclo de vida y debe variar según los mercados en los que opera, porque las necesidades de PI pueden ser diferentes en cada fase.

Por lo mencionado, los altos directivos, como el director ejecutivo, el director de finanzas, el asesor fiscal, el consejero general, el director de tecnología y el director de

operaciones, deben participar en la elaboración de esta estrategia y comprender cómo contribuye a los objetivos comerciales de la empresa.

## Base legal

**Tabla 2.**  
*Base legal*

<b>Normativa</b>	<b>Descripción e Interpretación</b>
Ley de Propiedad Intelectual (1998)	Establece el marco legal para la protección de los derechos de autor y la propiedad industrial en Ecuador. Esta ley es para las empresas textiles, donde protege sus innovaciones y diseños, fomentando la competitividad en el mercado.
Constitución de la República del Ecuador	En el Art. 66 se garantiza el derecho a la propiedad intelectual, lo que implica que las empresas textiles pueden proteger sus creaciones y marcas. Esto es esencial para mejorar su desempeño socioeconómico al asegurar ingresos por sus productos innovadores.
Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (2016)	Promueve la creación y uso de conocimientos y creaciones, asegurando que las empresas textiles puedan beneficiarse de sus invenciones y desarrollos. Esto contribuyen a un entorno más dinámico y competitivo en el sector textil
Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011)	Busca prevenir prácticas desleales en el mercado, lo que beneficia a las empresas textiles al garantizar un campo de juego más equitativo. Esto permite que las empresas locales compitan efectivamente contra productos importados, mejorando su desempeño socioeconómico.
Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025	Establece estrategias para promover la innovación y el desarrollo sostenible en sectores productivos, incluida la industria textil. Fomenta la creación de políticas que apoyen a las empresas textiles en su crecimiento y competitividad mediante la protección de su propiedad intelectual.

Nota: Descripción de la normativa legal. Elaborado por la autora

## Capítulo II: Materiales y métodos

### Tipo de investigación

El estudio se considera una investigación con enfoque mixto combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Para Ñaupas et al. (2019), el enfoque mixto posibilita tratar un tema desde diferentes puntos de vista, dado que combina instrumentos que son estadísticos con el estudio de testimonios y experiencias. En esta investigación, la parte cuantitativa se centra en recopilar y analizar datos numéricos mediante las encuestas, con el fin de detectar patrones relacionado con la PI y el desempeño socioeconómico. Al mismo tiempo, el enfoque cualitativo permitió conocer a través de las entrevistas cómo los gerentes bajo su experiencia manejan la PI en sus organizaciones.

Por otro lado, la investigación adopta un método inductivo. Según Swarooprani (2022), se fundamenta en examinar las situaciones concretas y posteriormente obtener conclusiones generales mediante el estudio de información específica para detectar patrones y tendencias. El método se aplicó en el análisis de los datos obtenidos tanto de los cuestionarios dirigidos a clientes y trabajadores de las empresas textiles, como las entrevistas realizadas a los propietarios, a través de un análisis de las variables y dimensiones definidas tales como la PI y desempeño socioeconómico con el fin de detectar las relaciones entre ellas.

De manera similar, se considera el método deductivo en la investigación. Como refiere Bahishti (2022), parte de una idea general para llegar a una conclusión mediante el razonamiento lógico, basándose en aplicar teorías existentes para interpretar una situación específica. En este caso, se aplicó al partir de los marcos teóricos y antecedentes relacionados con la PI y el desempeño socioeconómico de las empresas. Estos fundamentos conceptuales sirven como base para el planteamiento de las hipótesis y

expectativas sobre las posibles relaciones entre ambas variables. Posteriormente dichas hipótesis fueron contrastadas con la realidad observada en las textilerías a través de los datos recolectados de los cuestionarios planteados a clientes y trabajadores.

### **Alcance**

De acuerdo con Sampieri & Torres (2018), el alcance descriptivo permite detallar y caracterizar las variables en su entorno natural donde no existe manipulación, facilitando la comprensión de las características y comportamientos. En cambio, el alcance correlacional analiza la relación entre dos o más variables, identificando la dirección y fuerza de su vínculo.

El enfoque descriptivo en la investigación se usa para analizar las variables vinculadas a la PI y el desempeño socioeconómico en las textilerías en su entorno real a través de las entrevistas y encuestas, sin intervenir en ellas, permitiendo comprender las características y comportamientos dentro del sector. Por su parte, el enfoque correlacional analiza las relaciones, evaluando el vínculo entre ellas, por ende, al combinar ambos enfoques facilita la comprensión global.

### **Técnicas e instrumentos**

Para la recolección de datos se emplearon dos técnicas. La encuesta y entrevista basadas en las teorías de Peter Drahos sobre la PI y Michael Porter en el desempeño socioeconómico, se diseñó la encuesta para clientes y trabajadores de las microempresas textiles. En ella, se usaron preguntas cerradas con escala de Likert que midieron percepciones relacionadas con la protección de marcas, innovación y la influencia en el desempeño económico.

Las encuestas se aplicaron a los clientes (ver la Tabla 4), con el fin de analizar la percepción sobre la PI como influye directamente en la decisión de compra, lo que está

alineado con el objetivo de conocer cómo la PI impacta en el mercado y la competitividad de las empresas. A su vez a los trabajadores son parte de la implementación interna de estas estrategias, la creatividad e innovación clave para el análisis del desempeño de la organización y alineado con el objetivo de conocer la aplicación de la PI. Así ambas encuestas aportan datos para dar solución a los objetivos planteados. Como complemento, se aplicaron entrevistas cualitativas a los propietarios, con preguntas abiertas que posibilitan comprender las experiencias, desafíos y medidas gestionadas por las microempresas para proteger los activos intangibles. Por otro lado, se utilizaron cuestionarios estructurados tanto para para recopilar datos de clientes y trabajadores y la entrevista a los propietarios.

**Pregunta de investigación:**

¿Cómo influye la propiedad intelectual en el desempeño socioeconómico de las empresas textiles?

La pregunta es significativa porque investiga cómo los activos intangibles, tales como marcas y diseños protegidos, influyen en la rentabilidad y los beneficios sociales de las compañías. En la industria textil, una adecuada administración de la PI puede potenciar la competitividad, incrementar los ingresos y crear puestos de trabajo. Esta interrogante aporta al estudio al facilitar la comprensión del efecto en el desarrollo económico y social de las empresas textiles.

## Matriz de operacionalización de variables

**Tabla 3.**

*Matriz de operacionalización de variables*

Variables	Teorías	Marco Teórico	Dimensiones	Indicadores	Ítems encuesta CLIENTES	Ítems entrevista GERENTE/PROPIETARIO	Ítems encuesta TRABAJADORES
<b>PROPIEDAD INTELLECTUAL (INDEPENDIENTE)</b>	<b>PETER DRAHOS (2006)</b>	Propiedad Intelectual Evolución Características Marca Innovación Barreras	<b>Propiedad Intelectual (Registro de Marca)</b>	1. Estrategias de Propiedad Intelectual 2. Uso de marcas y diseños industriales 3. Capacidad de protección	1,2,3	1,2,3	1,2,3
			<b>Innovación</b>	4. Nivel de formación y sensibilización sobre la PI 5. Creatividad 6. Tendencias	4,5,6	4,5	4
<b>DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO (DEPENDIENTE)</b>	<b>MICHAEL PORTER (1980)</b>	Desempeño Socioeconómico Teoría Imagen Rendimiento Crecimiento en el Mercado Propiedad Intelectual y Desempeño Socioeconómico en el sector textil Base Legal	<b>Imagen</b>	7. Reputación Social 8. Competitividad 9. Diseño del Producto	7,8,9	6,7,8	5
			<b>Rendimiento</b>	10. Económico 11. Sostenible 12. De impacto	10,11,12	9,10,11	6
			<b>Crecimiento del Mercado</b>	13. Expansión en nuevos mercados 14. Crecimiento de las ventas 15. Competitividad en el mercado	13,14,15	12,13,14,15	7,8

Nota: Matriz de operación de variables. Elaborado por la autora. Fuente: (Eugene, 2008; Fallon, 2025; Porter, 1990; Romero et al., 2022)

## **Participantes**

El estudio se realizó a dos microempresas textiles ubicadas en el cantón de Antonio Ante: Tejidos Marko's y Tejidos Variedad. Ambas, son reconocidas en el mercado local por ofrecer productos de calidad, aunque presentan diferencias importantes en cuanto a la gestión de PI. La primera cuenta con una protección formal y encargada la Lic. Aguirre, mientras que la segunda aún no ha implementado dichas medidas y la gerente Lic. Robertina Lema.

La innovación es clave para el desarrollo económico y social, y la PI para impulsar. Según la OMPI (2020), proteger derechos como patentes y marcas fomenta la creatividad y proporciona seguridad jurídica a los innovadores. De manera similar, Nuryanto (2019), menciona que es un conjunto de derechos exclusivos otorgados a los creadores de obras originales, que les permite controlar el uso y la distribución de sus creaciones. Estos derechos pueden aplicarse a diferentes tipos de obras, como invenciones, obras literarias, artísticas, marcas comerciales, diseños industriales, y otros productos de la creatividad humana (Rodionov et al., 2020).

El estudio más relevante a nivel internacional sobre la relación entre la PI y desempeño socioeconómico en el sector textil un informe por WIPO (2020), analiza la importancia de los derechos de PI en la industria creativa y manufacturera, destacando que las empresas que invierten en la protección de las marcas, diseños y patentes logran posicionarse en mercados internacionales. Por su parte en América Latina un estudio realizado por Cardoza (2022), abordó cómo impacta la PI en las empresas textiles de Colombia, concluyendo que la falta de capacitación sobre los beneficios de registrar los diseños ha limitado el crecimiento del sector para competir internacionalmente.

Debido a la importancia, el estudio se emplea a dos empresas, cada una tiene 10 empleados dedicados a distintas áreas desde el área administrativa hasta la operativa. En cuento a los clientes, Tejidos Marko's presenta cerca de 100 clientes, combinando mayoristas como minoristas, mientras que Tejidos Variedad atiende un promedio de 60 clientes minoristas

Dado el tamaño reducido y definido de estas poblaciones, se optó por un censo, encuestando a la totalidad de empleados y clientes. Mostrando la siguiente tabla el de participantes por empresa:

**Tabla 4.**  
*Participantes*

<b>Empresa</b>	<b>Número empleados</b>	<b>Clientes minoristas</b>	<b>Clientes mayoristas</b>	<b>Total Clientes</b>
Tejidos Variedad	10	60		60
Tejidos Marko's	10	30	70	100

Nota: Listado de los participantes del estudio. Elaborado por la autora.

### **Procedimiento y análisis de datos**

La recolección de información se efectuó a través de las encuestas dirigidas de forma independiente a los grupos de trabajadores y clientes de las dos microempresas. Los datos recolectados fueron procesados y analizados con el software estadístico SPSS versión 25, lo que permitió organizar y depurar la información para su tratamiento.

Antes de la aplicación definitiva, se realizó una prueba piloto para validar la claridad y pertinencia de los instrumentos, así como ajustar los ítems para asegurar la comprensión de los participantes.

La PI se considera la variable independiente porque representa el elemento que la compañía tiene la capacidad de controlar y administrar para impactar en su rendimiento.

Al salvaguardar y utilizar sus activos intangibles, tales como marcas o patentes, la compañía puede conseguir beneficios competitivos y producir ingresos superiores. En cambio, el rendimiento socioeconómico es la variable dependiente, puesto que se basa en cómo la administración de la PI influye en los resultados empresariales, tales como su rentabilidad y expansión.

Primero, se realizó un análisis de confiabilidad de los instrumentos mediante el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach donde se busca valores superiores de 0,9. Por otro lado, para el análisis de la relación entre PI y el desempeño socioeconómico se utilizó la prueba de correlación de Spearman. Esta técnica estadística no paramétrica es ideal para medir la fuerza y asociación entre variables, gracias a esta prueba se puede identificar si es significativa y comparar entre las dos empresas de estudio, apoyando así la validación de la pregunta de investigación.

## Capítulo III: Resultados y Discusión

### Resultados descriptivos

Este estudio analiza dos poblaciones clave; clientes y trabajadores, de dos microempresas textiles del cantón de Antonio Ante: Tejidos Marko's y Tejidos Variedad. Tejidos Marko's ha implementado protección formal de PI, mientras la segunda no ha adoptado estas medidas. La comparación entre estos negocios busca evaluar cómo la gestión de la PI influye en el desempeño tanto con los clientes como con los trabajadores. Se presentan datos estadísticos descriptivos de 15 indicadores basados en 160 observaciones válidas, los cuales facilitan la identificación de patrones y áreas de mejora en ambas empresas.

Las preguntas relacionadas con cada variable están especificadas en el Anexo 1, lo que proporciona una vía directa para entender el contexto de cada una. A continuación, se lleva a cabo un estudio de estos indicadores.

**Tabla 5.**  
*Análisis descriptivos encuesta clientes*

		Estadísticos														
		PROPIEDAD INTELECTUAL						DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
N	Válido	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Media	4,06	4,09	4,39	4,31	4,48	4,20	4,39	4,55	3,89	3,97	3,99	4,09	4,11	4,09	4,06
	Mediana	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
	Moda	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
	Desv.	0,94	0,96	0,68	0,84	0,70	0,79	0,61	0,60	1,12	1,07	1,03	1,03	1,04	1,10	1,14
	Varianza	0,88	0,93	0,46	0,71	0,50	0,63	0,37	0,36	1,25	1,16	1,06	1,06	1,08	1,21	1,31

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Nota: Análisis descriptivos. Elaborado por la autora

Al analizar los estadísticos descriptivos, se observó que la media de las respuestas varía entre 3,89 y 4,55, muestra una tendencia general hacia respuestas positivas, como "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo". Esto indica que los consumidores valoran la PI en el sector textil. La mayoría de las medias cercanas a 4 establece que los participantes consideran importante la PI para las empresas textiles. En cuanto a la mediana, la mayoría de las respuestas se agrupan alrededor de 4, lo que refuerza una postura positiva. No obstante, en variables como la P5, sobre la importancia de la PI para garantizar productos auténticos y la P8, respecto a la confianza que generan las marcas que respetan la PI, la mediana es 5, lo que considera que están más de acuerdo con estos temas, destacando la relevancia de la PI en la autenticidad y la reputación de las marcas.

La moda en la mayoría de las respuestas es 4, lo que indica que la opción "De acuerdo" es la más frecuente entre los participantes. Sin embargo, en preguntas sobre la autenticidad de los productos y la confianza en las marcas, como en la P5 y la P6 (sobre el uso de la PI para generar nuevos productos y expandir mercados), la moda es 5, lo que refleja un acuerdo más fuerte. En cuanto a la desviación estándar, las variables P9 y P10, relacionadas con el impacto económico de la PI en el desempeño financiero de las empresas textiles, presentan las desviaciones más altas, sugiriendo que las respuestas son más dispersas y que los encuestados tienen opiniones más diversas sobre estos temas. En contraste, variables como P7 y P8, que abordan la mejora de la imagen y reputación de las empresas textiles debido a la protección, muestran menores desviaciones, lo que implica un mayor consenso sobre la importancia de la PI en la percepción positiva de las marcas.

La varianza sigue un patrón similar, con las variables relacionadas con el impacto económico mostrando varianzas más altas. Esto refuerza la idea de que hay una mayor diversidad de opiniones sobre cómo la PI influye en el desempeño financiero y la

expansión de las empresas textiles. En decir, las respuestas muestran la importancia de la PI para asegurar la autenticidad de los productos, mejorar la reputación de las marcas y generar confianza entre los consumidores. Se calcularon los valores de Alfa de Cronbach mostrando a continuación en la Tabla 6.

**Tabla 6.**  
*Confiabilidad encuesta clientes*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Número de elementos</b>
0,901	15

Nota: Confiabilidad. Elaborado por la autora.

El estudio de confiabilidad revela una gran consistencia interna en las respuestas obtenidas del cuestionario, con un Alfa de Cronbach del 0,901. Este valor señala que las respuestas de los 160 participantes son coherentes y que las 15 preguntas están evaluando de forma consistente la percepción acerca de la PI en las compañías del sector textil. El Alfa de Cronbach de 0,901 es un valor sólido, lo que indica que, incluso al normalizar las respuestas, la confiabilidad del cuestionario se conserva elevada.

Asimismo, cuenta con 160 elementos válidos, el análisis toma en cuenta el 100% de los casos idóneos para la investigación, asegurando así que los resultados alcanzados son representativos y fiables. Esta elevada confiabilidad posibilita tener seguridad en la información y en la habilidad de los resultados para apoyar conclusiones acerca de la conexión entre la PI y la industria textil.

Por ende, la encuesta a los empleados incluye 8 preguntas, cuyo análisis tiene como objetivo entender los elementos que podrían estar afectando la relación entre la PI y el rendimiento socioeconómico. A continuación, se muestran los hallazgos de estas cuestiones, que facilitarán una evaluación más exacta de la situación y contemplarán los posibles factores que influyen en el DSS de los empleados en términos de su nivel de PI.

**Tabla 7.**  
*Análisis descriptivos encuesta trabajadores*

		<b>Estadísticos</b>							
		<b>PROPIEDAD INTELECTUAL</b>				<b>DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO</b>			
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
N	Válido	20	20	20	20	20	20	20	20
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		4,70	4,70	4,70	4,70	4,70	4,70	4,70	4,70
Mediana		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Moda		5	5	5	5	5	5	5	5
Desv.		0,571	0,571	0,571	0,571	0,571	0,571	0,571	0,571
Varianza		0,326	0,326	0,326	0,326	0,326	0,326	0,326	0,326

Nota: Análisis descriptivos. Elaborado por la autora.

Los resultados de la encuesta revelan que los trabajadores están de acuerdo en la importancia de la protección de la PI para el éxito y crecimiento de la empresa. En todas las ocho preguntas, la puntuación media se mantiene consistentemente alta 4,70, lo que indica que los empleados ven la protección de la PI como un factor clave para varios aspectos del desempeño empresarial. Los datos muestran que, en general, los empleados están a favor de proteger la PI, como lo evidencian la media y la moda de 5, lo que significa un fuerte acuerdo con "la protección de la PI es esencial para el éxito de la empresa" y "la protección de la PI ayuda a mantener una demanda de los productos."

La baja desviación estándar de 0,571 indica un consenso de los encuestados sobre la importancia de la PI en todas las áreas de trabajo. Esta coincidencia se refleja en las respuestas relacionadas con la efectividad de la protección dentro de la empresa, siendo la mayoría de los trabajadores de la opinión de que es una herramienta necesaria para la innovación en productos y diseños. Como refiere Van (2023), las limitaciones de la PI representan desafíos para la innovación y el acceso equitativo a tecnologías y conocimientos. En este sentido, argumentan Sharma et al. (2021) que la PI es vista como un factor clave para fomentar la innovación y mantener una ventaja competitiva en los mercados globales, señalando que protege los productos además impulsa la creatividad y el desarrollo dentro de las empresas. De igual manera, la capacidad de las empresas para

expandirse se debe en gran medida de las inversiones en innovación, así como factores que mejoran la productividad y la competitividad (Enrique & Moran, 2021).

Además, los trabajadores están de acuerdo en que la protección de la PI es importante para la reputación de la empresa y su capacidad para competir en el mercado textil. Este punto se alinea con los hallazgos de Wong (2020), quien sostiene que una protección de la PI fortalece la imagen de una empresa y mejorar su posición competitiva, en mercados saturados, como el textil. Va de la mano, con ECIJA (2025), quien afirma que en un mundo cada vez más digital, la PI es clave para combatir la piratería y el uso no autorizado de obras creativas reforzando la identidad de una organización. Las respuestas consistentes y de alta puntuación en la encuesta plantea que los empleados reconocen el papel que juega la PI en varios aspectos de las operaciones comerciales, particularmente en el mantenimiento de la competitividad y el éxito a largo plazo en el mercado textil. A continuación, se muestra la confiabilidad:

**Tabla 8.**  
*Confiabilidad encuesta trabajadores*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Número de elementos</b>
0,932	8

Nota: Confiabilidad. Elaborado por la autora.

En el caso de los trabajadores, el Alfa de Cronbach es 0,932, lo que refleja una excelente fiabilidad del cuestionario utilizado para evaluar las percepciones y opiniones del personal. Con 8 preguntas, este valor es más alto que el de los clientes, lo que indica que las respuestas de los trabajadores son consistentes y que las preguntas utilizadas en la encuesta miden de manera efectiva las variables de interés. Como señala Álvarez (2015), insinúa que el instrumento utilizado para los trabajadores es confiable, lo cual es crucial cuando se busca analizar aspectos como la motivación, la satisfacción y el compromiso laboral.

## Resultados encuesta clientes

### Resultados variable Propiedad Intelectual

La PI para las empresas, permite proteger sus creaciones e innovaciones, asegurando que los derechos sobre sus productos, marcas y diseños sean reconocidos y respetados. La PI previene el uso no autorizado de los productos y creaciones, fomentando la competitividad y la innovación dentro de las organizaciones. Como lo destaca García & Sánchez (2019), la protección de la PI para que las empresas puedan diferenciarse en el mercado y aprovechar sus activos intangibles de manera estratégica.

En este sentido, la PI tiene un impacto directo en la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa, debido que, al proteger las innovaciones, se crea un entorno en el cual es posible explorar nuevas oportunidades y desarrollar productos que satisfacen mejor las necesidades de los consumidores.

#### *Tejidos Marko 's*

A continuación, se exponen los hallazgos del sondeo llevado a cabo a Tejidos Marko's, una compañía con derechos de PI. Se recolectaron datos de un total de 100 clientes, divididos en 30 clientes de comercio minorista y 70 clientes de comercio mayorista. La siguiente tabla presenta las respuestas de estos clientes a cada pregunta vinculada a la PI, lo que facilita la evaluación de cómo ambos grupos de clientes perciben la PI en relación con la compañía y sus productos.

**Tabla 9.**  
*Variable PI empresa Marko 's*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Registro de Marca y Diseño	Estrategias	4	4	0,91	80%
	Marca	4	4	0,87	80%
	Protección	2	4,5	0,58	90%

	TOTAL	9	12,84	1,85	86%
Innovación	Formación y Sensibilización	2	4,43	0,62	89%
	Creatividad	2	4,53	0,59	91%
	Tendencias	3	4,31	0,69	86%
	TOTAL	6	13,27	1,38	88%

Nota: Respuesta clientes Marko's. Elaborado por la autora.

Los resultados del sondeo realizado en Tejidos Marko's reflejan una percepción muy positiva sobre cómo la empresa maneja su PI. En cuanto al registro de marca y diseño, la protección de los productos y marcas obtuvo la calificación más alta con un 90%, lo que indica que los clientes valoran enormemente las medidas de protección adoptadas por la empresa. Este alto puntaje resalta la importancia de la PI en el sector textil, un aspecto respaldado por Gudiño (2020), quien subraya que la protección de los derechos de PI es crucial para mantener la competitividad y evitar problemas relacionados con la copia no autorizada de productos.

Los indicadores de marca y estrategias destacan con un 80% en ambos casos, permite que la empresa ha logrado construir una reputación y visibilidad en el mercado. Esto coincide con el análisis de Álvarez (2015), quien señala que la gestión eficaz de la marca y la PI es esencial para que las empresas se posicionen frente a la competencia.

En lo que respecta a innovación, los resultados son igualmente positivos. El indicador de creatividad alcanzó un impresionante 91%, lo que refleja que los clientes perciben a Tejidos Marko's como una marca innovadora capaz de ofrecer productos únicos. Este alto puntaje está respaldado por Sharma et al. (2021), quienes afirman que la creatividad es un pilar para el crecimiento y la diferenciación en mercados competitivos como el textil, y la formación y sensibilización sobre PI obtuvo un 89%, lo que apunta que la empresa está invirtiendo en educar a sus clientes y colaboradores sobre la

importancia de los derechos de PI, fortaleciendo así la confianza en sus productos y procesos. De manera similar, el indicador de tendencias muestra un 86%, lo que indica que los clientes consideran que la empresa está al tanto de las últimas tendencias del mercado, algo clave para mantenerse competitiva, este hallazgo respalda la idea de García (2023), quien destaca que una empresa debe ser capaz de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado para seguir siendo relevante.

De igual manera, a pesar de estos beneficios, la Lic. Aguirre reconoció que los desafíos más grandes son la competencia local y mantenerse al día con los procedimientos legales. Aunque no ha enfrentado grandes disputas legales, el registro de PI le ha proporcionado seguridad jurídica, disuadiendo a terceros de copiar sus diseños. La importancia de contar con un respaldo legal se refleja en los resultados de la encuesta, donde la PI se percibe como un elemento esencial para la competitividad y en cuanto a las dificultades de adaptación a las leyes internacionales, mencionó que no han tenido problemas, pero están considerando el registro internacional para facilitar su expansión regional, lo que es un paso para mejorar su presencia global.

### ***Tejidos Variedad***

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada a Tejidos Variedad Y, una empresa que no posee PI. Los datos fueron obtenidos de 60 clientes minoristas, sin participación de clientes mayoristas. La tabla muestra las respuestas de estos clientes a las preguntas sobre PI, lo que permite analizar cómo perciben los consumidores este factor en empresas que no lo tienen registrado.

**Tabla 10.**  
*Variable PI empresa Variedad*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Registro de Marca y Diseño	Estrategias	4	3,97	0,97	79%
	Marca	4	4	1,01	80%
	Protección	2	4,38	0,64	88%
	TOTAL	9	12,35	2,13	82%
Innovación	Formación y Sensibilización	3	4,22	0,99	84%
	Creatividad	2	4,52	0,68	90%
	Tendencias	3	4,13	0,81	83%
	TOTAL	7	12,87	1,82	86%

Nota: Respuesta clientes Variedad. Elaborado por la autora.

Los resultados realizados a los clientes de Tejidos Variedad muestran una valoración favorable sobre la gestión de la PI, en áreas como la protección de marcas y diseño. No obstante, es relevante destacar que esta empresa no cuenta con un registro formal de PI. A pesar de que la protección de marcas alcanzó un 88%, lo cual indica que los clientes valoran positivamente las medidas adoptadas, la falta de un registro oficial limita la efectividad de esas acciones frente a posibles infracciones. Autores señalan la importancia de tener presente en las organizaciones, de acuerdo con Nuryanto (2019), la PI es un conjunto de derechos exclusivos otorgados a los creadores de productos originales, que les permite controlar el uso y la distribución de sus creaciones. Asimismo, Gudiño (2020), destaca que la protección formal es crucial para la seguridad jurídica de las marcas y la confianza del consumidor.

Por lo tanto, aunque Tejidos Variedad sobresale en áreas como innovación 86% y creatividad 90%, la ausencia de registro de PI compromete la defensa de sus productos e ideas. Destacando la relevancia de la creatividad y reforzar la imagen en una empresa, Sharma et al. (2021), establecen que es necesario la diferenciación en mercados

competitivos, incluyendo la protección legal, para fortalecer la relación empresa-consumidor.

A pesar de que la empresa obtiene buenos resultados en la gestión de marca y en el seguimiento de tendencias de mercado 79% y 83%, respectivamente, estos indicadores pierden peso si no están respaldados por la protección formal de PI. Bajo ese contexto, autores recalcan la importancia del PI, como afirma la SENADI (2020) se debe otorgar la PI a los productos contando con la facultad de tomar acciones legales ya sean civiles, penales o administrativas, mejorando la imagen de la corporación. De igual manera, Katenova & Qudrat (2024), enfatizan que el valor corporativo está influenciado por la percepción del consumidor sobre su estabilidad y crecimiento económico y transparencia legal, lo que puede influir directamente en su lealtad hacia la marca.

La Lic. Robertina Lema, gerente de Tejidos Variedad en el cantón Antonio Ante, señaló que su empresa no cuenta con registros formales en sistemas de protección de PI, aunque dispone de una marca reconocida por sus clientes. Según la Licenciada, la protección puede contribuir a la competitividad, pero la reputación y la calidad del trabajo han sido los factores principales para ganar confianza en el mercado local e internacional. En relación con los desafíos para proteger la PI, la Lic. Lema indicó que el desconocimiento del proceso y la falta de tiempo para realizar los trámites constituyen los principales obstáculos para su empresa. Además, mencionó que no han enfrentado dificultades para adaptarse a las leyes de PI en otros países, así como sus relaciones comerciales se basan en la confianza y las recomendaciones.

### **Resultados variable Desempeño Socioeconómico**

El DSS es una variable clave para entender cómo las condiciones económicas y sociales influyen en la percepción de los clientes sobre una empresa y sus productos. Esta

variable evalúa la calidad de vida de los empleados y su bienestar, estos factores afectan indirectamente la productividad, la innovación y la competitividad de la organización. Como señala Benavides & Pedraza (2018), el bienestar socioeconómico de los trabajadores está ligado a la capacidad de la empresa para generar valor e innovación, donde los empleados motivados y remunerados tienen probabilidades de contribuir al desarrollo organizacional.

### *Tejidos Marko's*

A continuación, se presenta la tabla con los resultados de la encuesta sobre el DSS de Marko's, basada en la opinión de los clientes sobre diversos aspectos clave como la rentabilidad, generación de empleo, impacto en la comunidad, entre otros.

**Tabla 11.**  
*Variable desempeño socioeconómico empresa Marko's*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Imagen	Reputación Social	2	4,42	0,52	88%
	Competitividad	1	4,61	0,49	92%
	Diseño	2	4,2	0,72	84%
	TOTAL	4	13,23	1,23	88%
Rendimiento	Económico	3	4,21	0,78	84%
	Sostenible	3	4,28	0,70	86%
	Impacto	2	4,46	0,52	89%
	TOTAL	7	12,95	1,53	86%
Crecimiento de Mercado	Nuevos Mercados	2	4,42	0,59	88%
	Crecimiento en Ventas	2	4,45	0,52	89%
	Competitividad en el Mercado	2	4,39	0,62	88%
	TOTAL	4	13,26	1,25	88%

Nota: Respuesta clientes Marko's. Elaborado por la autora.

Los resultados del sondeo a los clientes de Marko's muestran una percepción positiva sobre tres dimensiones clave: imagen, rendimiento económico, sostenible, y crecimiento de mercado. En cuanto a imagen, el indicador de competitividad destacó con un 92%, mencionando que los clientes ven a la empresa como muy competitiva. Este hallazgo coincide con lo que López et al. (2020) argumentan que la competitividad para la supervivencia de las empresas en mercados saturados, de igual manera, el diseño, con un 84%, es positivo, aunque con margen para mejorar.

En términos de rendimiento económico y sostenible, la empresa obtuvo un 86%, con un 89% en el indicador de impacto, lo que refleja que los consumidores consideran las acciones son positivas para su entorno. Este resultado respalda lo señalado por Merizalde et al. (2023), quienes indican que las acciones incrementan la lealtad de los clientes. Respecto al crecimiento del mercado, alcanzó un 88% el crecimiento en ventas, refiriendo Farida & Setiawan (2022) que un crecimiento en ingresos es clave para mantener una ventaja competitiva.

Asimismo, en la entrevista con la Lic. María Aguirre Calderón revela cómo el registro de PI ha influido en el DSS de Tejidos Marko's., de igual manera, la empresa se beneficia del registro de marca ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), lo cual le ha otorgado una ventaja competitiva tanto en el mercado local como internacional. La PI ha permitido diferenciar sus productos y aumentar la confianza de los clientes, lo que se ha traducido en un incremento estimado del 30% en las ventas debido a la autenticidad y el valor agregado que genera la marca registrada. La entrevistada destacó que la PI ha sido clave para la expansión de la empresa y la protección de sus diseños, además de facilitar su posicionamiento en nuevos mercados.

## *Tejidos Variedad*

A continuación, se exponen los hallazgos para la empresa Tejidos Variedad, que no tiene derechos de PI. Se recolectaron datos de 60 clientes de minoristas, y las respuestas se presentan en una escala de 1 a 5. En la tabla 12 se presenta las reacciones de los clientes.

**Tabla 12.**  
*Variable desempeño socioeconómico empresa Variedad*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Imagen	Reputación Social	2	4,45	0,53	89%
	Competitividad	1	4,58	0,50	92%
	Diseño	4	3,47	1,41	69%
	TOTAL	6	12,5	1,84	83%
Rendimiento	Económico	4	3,68	1,32	74%
	Sostenible	4	3,62	1,26	72%
	Impacto	4	3,58	1,31	72%
	TOTAL	11	10,88	3,65	73%
Crecimiento de Mercado	Nuevos Mercados	4	3,68	1,33	74%
	Crecimiento en Ventas	4	3,60	1,46	72%
	Competitividad en el Mercado	4	3,62	1,52	72%
	TOTAL	12	10,9	4,12	73%

Nota: Respuesta clientes Variedad. Elaborado por la autora.

Los resultados del sondeo a los clientes de Variedad reflejan una evaluación variada del DSS de la empresa. En términos de imagen, los clientes perciben a la empresa como muy competitiva, con un 92% en el indicador de competitividad, lo que indica una fuerte posición en el mercado. Este hallazgo coincide con las ideas de Pantoja & Salazar (2019), quienes destacan que ser competitivo es esencial para destacarse en mercados saturados. No obstante, el indicador de diseño obtuvo solo un 69%, lo que señala que hay

margen para mejorar en cuanto a la estética y la innovación de los productos, clave para atraer a los consumidores.

Respecto al rendimiento económico y sostenible, los resultados muestran una percepción más baja. Los indicadores de económico, sostenible e impacto recibieron calificaciones entre el 72% y 74%, lo que refleja que los clientes no consideran que la empresa esté alcanzando su máximo potencial en estos aspectos. Según Matuszewska (2021), esto podría ser una señal de que las estrategias económicas y medioambientales no están siendo implementadas de manera efectiva, lo que afecta la percepción global de la empresa.

Por último, en la dimensión de crecimiento de mercado, la empresa alcanzó un 73%, planteando que los clientes observan un crecimiento moderado, pero no una expansión. Los indicadores de crecimiento en ventas y nuevos mercados tuvieron puntuaciones de 72% a 74%, lo que indica que, aunque hay avances, la empresa aún necesita optimizar sus estrategias de expansión. Robayo Acuña (2020) señala que un crecimiento insuficiente puede reflejar que las tácticas de la empresa no están completamente alineadas con las demandas del mercado.

### **Resultados encuesta trabajadores**

La PI es crucial para proteger los activos creativos e innovadores de una empresa, para promover su desarrollo a largo plazo. La correcta gestión de la PI permite a las organizaciones asegurar sus innovaciones y crear barreras contra la competencia, lo que fomenta un entorno más estable para el crecimiento y la expansión. Según Sharma et al. (2021), es una herramienta que preserva las innovaciones e impulsa la creación de nuevas ideas y productos, para la sostenibilidad y el liderazgo en el mercado.

## Resultados variable Propiedad Intelectual

A pesar de que el número de encuestados fue limitado, con solo 10 trabajadores, los resultados obtenidos muestran respuestas casi similares. Sin embargo, es relevante señalar que, incluso con esta muestra reducida, los resultados siguen reflejando que Tejidos Marko's avanza de manera más destacada en comparación con Tejidos Variedad. Este hecho pone de manifiesto que, a pesar de las diferencias en la cantidad de datos, las prácticas de gestión de PI y por Tejidos Marko's continúan ofreciendo un rendimiento superior, lo que resalta contar con un registro formal de PI para el crecimiento y sostenibilidad empresarial. A continuación, se detallan los resultados:

### *Tejidos Marko's*

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores de Marko's sobre la gestión de la P, en la cual se evalúan dos dimensiones principales: registro de marca, diseño e innovación. Los resultados son altamente positivos, con puntuaciones que reflejan una fuerte percepción de los empleados sobre la efectividad de las estrategias de PI implementadas por la empresa.

**Tabla 13.**

*Variable PI encuesta trabajadores Markos*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Registro de Marca y Diseño	Estrategias	1	4,8	0,421637	96,00%
	Marca	1	4,8	0,421637	96,00%
	Protección	1	4,8	0,421637	96,00%
	TOTAL	3	14,4	1,264911	96,00%
Innovación	Formación y Sensibilización Creatividad Tendencias	1	4,8	0,421637	96,00%
	TOTAL	1	4,8	0,421637	96,00%

Nota: Respuesta trabajadores. Elaborado por la autora.

Los resultados de la encuesta a los trabajadores sobre la PI destacan una evaluación muy positiva en varias dimensiones clave. En la sección de registro de marca y diseño, la empresa logró una calificación total de 96%, en los indicadores de estrategias, marca y protección, lo que refleja un alto nivel de confianza de los empleados en la forma en que la empresa maneja sus activos intangibles. Este hallazgo coincide con lo que Benavides & Pedraza (2018) mencionan, al señalar que una gestión adecuada de la PI es crucial para proteger la exclusividad de las marcas y asegurar la competitividad de la empresa en el mercado.

Asimismo, en la dimensión de innovación, los trabajadores muestran una valoración positiva con una puntuación total de 96%. Los indicadores de formación y sensibilización, creatividad y tendencias refuerzan la percepción de que la empresa promueve un entorno de innovación constante y sigue las demandas del mercado. Farida & Setiawan (2022) sostienen que fomentar la creatividad dentro de las organizaciones es clave para adaptarse rápidamente a cambios en el entorno competitivo.

Este alto nivel de satisfacción sobre la PI t resalta la importancia de educar y sensibilizar a los trabajadores sobre los derechos. Macías & Zambrano (2020) destacan que este tipo de formación protege a la empresa, además, genera una cultura organizacional orientada hacia la innovación, para mantener una ventaja competitiva.

### ***Tejidos Variedad***

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta realizada a los trabajadores de Tejidos Variedad sobre la gestión de la PI, evaluando dos dimensiones clave: registro de marca y diseño e innovación.

**Tabla 14.**  
*Variable PI encuesta trabajadores Variedad*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Registro de Marca y Diseño	Estrategias	2	4,6	0,699206	92,00%
	Marca	2	4,6	0,699206	92,00%
	Protección	2	4,6	0,699206	92,00%
	TOTAL	6	13,8	2,097618	92,00%
Innovación	Formación y Sensibilización Creatividad Tendencias	2	4,6	0,699206	92,00%
	TOTAL	2	4,6	0,699206	92,00%

Nota: Respuesta trabajadores. Elaborado por la autora.

Los resultados del sondeo realizado a los trabajadores de Tejidos Variedad reflejan una percepción positiva sobre la gestión de la PI, a pesar de que la empresa aún no cuenta con un registro formal. Según Benavides & Pedraza (2018), la adecuada protección de la PI es crucial para asegurar la competitividad de una empresa. En este contexto, la dimensión de registro de marca y diseño obtuvo una calificación del 92%, lo que indica que, aunque no haya un registro formal, los empleados valoran las acciones de la empresa para proteger sus activos intangibles.

En cuanto a la innovación, los trabajadores otorgaron una calificación del 92%, destacando la relevancia de la formación, la creatividad y el seguimiento de las tendencias del mercado. Recalcando la importancia de la creatividad, Farida & Setiawan (2022) enfatizan mantenerse al día con las tendencias del mercado es esencial para las empresas que buscan mantener su relevancia y competitividad.

Aunque los trabajadores de Tejidos Variedad destacan la importancia de la PI, en la protección de marcas y diseño, para señalar que la empresa aún no tiene un registro formal de PI. A pesar de esto, los empleados reconocen su relevancia para la

competitividad y la innovación, lo que resalta la necesidad de implementar estas medidas legales para asegurar un crecimiento y proteger los activos intangibles de la empresa.

### **Resultados variable Desempeño Socioeconómico**

Es una variable esencial para medir el impacto de las actividades empresariales en el bienestar general de los trabajadores y la comunidad. Según Sánchez et al. (2023), este desempeño refleja la capacidad de una empresa para generar beneficios económicos y compromiso con la sostenibilidad y la equidad social.

#### ***Tejidos Marko's***

Los resultados de la encuesta sobre la variable DSS se distribuyen en cuatro preguntas, cada una vinculada a una dimensión específica: imagen, rendimiento y crecimiento de mercado, mostrando los siguientes resultados:

**Tabla 15.**

*Variable desempeño socioeconómico encuesta trabajadores Marko's*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Imagen	Reputación Social	1	4,8	5	96,00%
	Competitividad Diseño				
	TOTAL	1	4,8	0,421637	96,00%
Rendimiento	Económico Sostenible	1	4,8	5	96,00%
	Impacto				
	TOTAL	1	4,8	0,421637	96,00%
Crecimiento de Mercado	Nuevos Mercados	1	4,8	5	96,00%
	Crecimiento en Ventas	1	4,8	5	96,00%
	Competitividad en el Mercado				
	TOTAL	2	9,6	0,843274	96,00%

Nota: Respuesta trabajadores. Elaborado por la autora.

Los resultados del sondeo a los trabajadores de Tejidos Marko's reflejan positivo el DSS de la empresa, con calificaciones de 96% en todas las dimensiones evaluadas: imagen, rendimiento y crecimiento de mercado. En la dimensión de imagen, los empleados valoran la competitividad y el diseño, lo que demuestra que la empresa ha logrado construir una presencia en el mercado. Esto se alinea con lo que Pantoja & Salazar (2019) destacan, al resaltar la relevancia de la competitividad para generar confianza en los clientes y en los empleados.

En lo referente al rendimiento, los trabajadores perciben un alto desempeño económico, con un impacto positivo, lo que indica que la empresa ha logrado generar tanto rentabilidad como valor para su entorno, tal como Lemoine (2018) afirma sobre la integración de la sostenibilidad en las estrategias empresariales.

Por último, en la dimensión de crecimiento de mercado, los empleados ven que la empresa continúa expandiéndose en términos de ventas y penetración de nuevos mercados, lo cual refleja una estrategia exitosa de crecimiento y competitividad, como Castillo (2022) apuntan sobre la importancia de la expansión en mercados dinámicos.

### ***Tejidos Variedad***

Los resultados de la encuesta a los trabajadores de Tejidos Variedad sobre el DSS de la empresa revelan una evaluación muy positiva en tres dimensiones clave: imagen, rendimiento y crecimiento de mercado, con un puntaje total de 92% en todas las áreas evaluadas.

**Tabla 16.***Variable desempeño socioeconómico encuesta trabajadores Variedad*

Dimensiones	Indicadores	Rango	Media	Desv. Estándar	Porcentaje
Imagen	Reputación Social	2	4,6	0,699206	92,00%
	Competitividad				
	Diseño				
	TOTAL	2	4,6	0,699206	92,00%
Rendimiento	Económico	2	4,6	0,699206	92,00%
	Sostenible				
	Impacto				
	TOTAL	2	4,6	0,699206	92,00%
Crecimiento de Mercado	Nuevos Mercados	2	4,6	0,699206	92,00%
	Crecimiento en				
	Ventas	2	4,6	0,699206	92,00%
	Competitividad en el Mercado				
	TOTAL	4	9,2	1,398412	92,00%

Nota: Respuesta trabajadores. Elaborado por la autora.

Los resultados de la encuesta a los trabajadores de Tejidos Variedad sobre el DSS muestran una valoración muy positiva en áreas clave como imagen, rendimiento y crecimiento de mercado, con un puntaje de 92% en todas las dimensiones. En términos de imagen, los empleados destacan la reputación social, competitividad y diseño, lo que indica que perciben a la empresa como competitiva y bien posicionada. Sin embargo, a pesar de esta percepción positiva, es importante señalar que Tejidos Variedad no cuenta con un registro formal de PI, lo que limita la protección legal de sus activos intangibles. Según Briñeza (2021) señala que la PI puede ser un motor para la sostenibilidad empresarial y el DSS, lo cual es respaldado por la percepción positiva en algunas dimensiones de las respuestas de los trabajadores y consumidores.

En cuanto al rendimiento, que abarca aspectos económicos, sostenibles e impacto, los empleados otorgaron una calificación del 92%. Esto considera que Tejidos Variedad es percibida positivamente en términos de rentabilidad y esfuerzos hacia la sostenibilidad.

Wong (2020), quien señala que la protección de la PI puede mejorar la imagen de la empresa y su posición competitiva, en mercados saturados.

Respecto a la entrevista, realizada a la empresa, sobre el impacto de la PI en el crecimiento empresarial, manifestó que hasta ahora no ha sido un factor determinante, aunque no descartan que pueda serlo en el futuro conforme la empresa crezca y requiera mayor protección. Asimismo, indicó que la empresa no maneja actualmente procesos formales de registro, pues se enfocan en la producción y atención al cliente. La Licenciada resaltó que, aunque no tienen registros formales, valoran que cada diseño tenga un carácter especial y distintivo para mantener la identidad de la empresa. En cuanto a la innovación, explicó que no utilizan la PI como estrategia formal, pero desarrollan nuevos modelos y combinaciones basándose en la creatividad y demanda de los clientes.

Por otro lado, el crecimiento de mercado, con indicadores de nuevos mercados, aumento en ventas y competitividad, recibió un 92%. Los trabajadores perciben una expansión de la empresa, pero a pesar de los buenos resultados obtenidos por Tejidos Variedad en términos de DSS, sin embargo, la ausencia de un registro formal de PI limita su capacidad para proteger sus innovaciones y mantener su competitividad. De Encalada & Cueva (2023), establece que el sector textil aporta el 5.9% del PIB industrial del país y es un importante generador de empleo, pero sufrió una caída del 40% en las ventas durante 2020 debido a la pandemia, es indispensable fortalecer la PI se presenta como una estrategia necesaria para que las empresas puedan recuperarse y se más competitivas.

En lo que respecta al DSS, Tejidos Marko's obtuvo una calificación de 96% en todas las dimensiones evaluadas, mientras que Tejidos Variedad alcanzó un 92%. Los empleados valoran positivamente la imagen de la empresa, su rendimiento económico y el crecimiento del mercado, lo cual está en línea con lo que Eugene (2008) resaltan, al afirmar que la competitividad, la rentabilidad y la expansión en nuevos mercados para el

éxito organizacional. Asimismo, los gerentes de ambas empresas coinciden con las valoraciones de los empleados, aunque cada uno se enfoca en aspectos distintos. Los de Tejidos Marko's enfatizan la innovación continua como clave para el crecimiento, mientras que los de Tejidos Variedad subrayan la competitividad y el crecimiento en ventas.

### Correlaciones

En el análisis de normalidad de las variables PI y Desempeño Socioeconómico (DSS), en la encuesta de los clientes se realizaron pruebas utilizando el Test de Kolmogorov-Smirnov para analizar si los datos seguían una distribución normal. Los resultados obtenidos para ambas variables son los siguientes:

**Tabla 17.**  
*Normalidad clientes*

VARIABLES	Código	(p) Test Normalidad Kolmogorov-Smirnov	Resultado	Prueba para correlacionar	Coefficiente de correlación
Propiedad Intelectual	PI	0,000	Se acepta la P. de Investigación	No Paramétrica	Spearman
Desempeño Socioeconómico	DSS	0,000	Se acepta la P. de Investigación	No paramétrica	Spearman

Nota: Normalidad clientes. Elaborado por la autora.

Los resultados de la prueba de normalidad para las variables PI y DSS, realizadas con el Test de Kolmogorov-Smirnov, indican que ambas variables no siguen una distribución normal, debido que los valores p obtenidos son 0,000 para ambas, lo que lleva a rechazar la hipótesis nula de normalidad. Es importante señalar que, aunque se observó que ambas variables no presentan una distribución normal, se optó por realizar un análisis de normalidad teniendo en cuenta los dos grupos, Tejidos Marko's y Tejidos Variedad, debido a que los resultados mostraron respuestas similares entre ambos.

Esta similitud en las respuestas establece que, a pesar de no cumplir con la normalidad, los datos siguen una tendencia comparable en ambos casos, lo que justifica tratar las variables de manera conjunta en el análisis.

Dado que los datos no se ajustan a una distribución normal, se recomienda el uso de pruebas no paramétricas, como el coeficiente de correlación de Spearman, para analizar la relación entre las variables. Esto es consistente con lo que Oviedo & Campo (2005), plantea que las pruebas no paramétricas son más adecuadas para datos que no cumplen con los supuestos de normalidad.

A continuación, se presenta la tabla de los resultados de la prueba de normalidad de la encuesta realizada a los trabajadores:

**Tabla 18.**  
*Normalidad trabajadores*

Variables	Código	(p) Test Normalidad Shapiro-Wilk	Resultado	Prueba para correlacionar	Coefficiente de correlación
Propiedad Intelectual	PI	0,000	Se acepta la P. de Investigación	No Paramétrica	Spearman
Desempeño Socioeconómico	DSS	0,000	Se acepta la P. de Investigación	No paramétrica	Spearman

Nota: Normalidad clientes. Elaborado por la autora.

Este resultado resalta la necesidad de utilizar técnicas como Spearman para examinar la correlación entre PI y DSS, porque la distribución no normal de los datos hace que las pruebas paramétricas no sean apropiadas. Oviedo & Campo (2005) refuerza esta idea al recomendar pruebas no paramétricas en contextos donde los datos no siguen una distribución normal, permitiendo un análisis más adecuado de la relación entre las variables. Por ende, el coeficiente de correlación puede variar entre -1 y 1. Un valor de 1 indica una correlación positiva perfecta, es decir, ambas variables aumentan juntas de

forma constante. Un valor de -1 indica una correlación negativa perfecta, lo que significa que a medida que una variable aumenta, la otra disminuye en la misma proporción. Por ende, un valor cercano a 0 implica que no existe una relación lineal entre las variables. Este análisis contribuye directamente al cumplimiento del objetivo específico 3, el cual busca establecer la relación de la PI frente al DSS en la industria textil. A través de este procedimiento estadístico, se sientan las bases para una comprensión de la interacción entre ambas variables en el contexto empresarial textil. Según Oviedo & Campo (2005), la correlación es útil para identificar patrones y prever tendencias en los datos, ayudando en la toma de decisiones informadas en diversos campos de estudio.

En ese sentido, el coeficiente de correlación de Spearman ( $\rho$ ) mide la relación entre dos variables ordinales, es decir, variables que pueden ser clasificadas en un orden. Es una medida no paramétrica que evalúa la fuerza y la dirección de la relación monótona entre las variables, es decir, si una variable tiende a aumentar o disminuir cuando la otra lo hace, sin necesidad de que sea una relación lineal con la siguiente valoración:

**Tabla 19.**  
*Valoración Spearman*

Valor de $\rho$	Significado
-0,91 a -1,00	Correlación negativa perfecta
-0,76 a -0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable
-0,11 a -0,50	Correlación negativa media
-0,01 a -0,10	Correlación negativa débil
0,00	No existe correlación
0,01 a 0,10	Correlación positiva débil
0,11 a 0,50	Correlación positiva media
0,51 a 0,75	Correlación positiva considerable
0,76 a 0,90	Correlación positiva muy fuerte
0,91 a 1,00	Correlación positiva perfecta

Nota: Valoración Spearman. Elaborado por la autora.

Los resultados de la correlación de Spearman para las variables PI y desempeño socioeconómico (DSS), tanto para Tejidos Marko's como para Tejidos Variedad de los clientes, se muestran a continuación:

**Tabla 20.**  
*Correlación Spearman clientes*

			TEJIDOS MARKOS		TEJIDOS VARIEDAD	
Rho de Spearman	P. Intelectual	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	P. Intelectual	D. Socioeconómico	P. Intelectual	D. Socioeconómico
						1,00
		N	100	100	60	60
Rho de Spearman	D. Socioeconómico	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	P. Intelectual	D. Socioeconómico	P. Intelectual	D. Socioeconómico
			0,802	1,00	0,577	1,000
		N	100	100	60	60

Nota: Valoración Spearman clientes. Elaborado por la autora

Tejidos Marko's: La correlación entre PI y DSS es de 0.802, lo que indica una correlación positiva. Es decir, una adecuada gestión de la PI mejora directamente el DSS de la empresa, como lo afirman Alcívar & Moya (2020), quienes mencionan que la correcta administración del conocimiento para la innovación y el desarrollo organizacional.

La correlación de 0,577 indica una relación positiva considerable entre la gestión de la PI y el DSS. Aunque esta relación no es tan fuerte como la observa en Tejidos Marko's sigue siendo significativa. Esto indica que la empresa está experimentando mejoras económicas a medida que implementa prácticas relacionadas con la PI. Sin embargo, cabe señalar que Tejidos Variedad no cuenta con un registro formal de su marca ni de otros activos de PI, lo cual representa una limitación.

La ausencia de este registro expone a la empresa a riesgos legales, pérdida de identidad comercial y escasa protección frente a la competencia. De no tomar medidas para formalizar su PI, es probable que su crecimiento se vea frenado y que los beneficios actuales se diluyan a largo plazo. Gestionar adecuadamente su PI consolidaría su identidad en el mercado, además potenciaría su DSS. Aboelmaged et al. (2024), argumentan que las empresas que optimizan su capital intelectual tienden a experimentar un mejor rendimiento organizacional, lo que es consistente con los resultados observados.

Los resultados de las encuestas hacia los trabajadores son las siguientes:

**Tabla 21.**  
*Correlación Spearman trabajadores*

		TEJIDOS MARKOS			TEJIDOS VARIEDAD	
Rho de Spearman	P. Intelectual	de	P. Intelectual	D. Socioeconómico	P. Intelectual	D. Socioeconómico
	Coefficiente de correlación	de	1,000	0,923	1,000	0,701
	Sig. (bilateral)			0,000		0,000
	N		60	60	60	60
D. Socioeconómico	Coefficiente de correlación	de	0,923	1,000	0,701	1,000
	Sig. (bilateral)		0,000		0,000	
	N		10	10	10	10

Nota: Valoración Spearman clientes. Elaborado por la autora.

Los resultados de la correlación de Spearman para las variables de PI y DSS entre los trabajadores de Tejidos Marko's y Tejidos Variedad muestran una fuerte relación positiva en ambas empresas, con los valores bajos de 1,00. Para Tejidos Marko's, la correlación de 0,923 entre PI y DSS indica una correlación positiva muy fuerte, estableciendo que a medida que la empresa gestiona de manera más efectiva su PI, su DSS mejora. Esto respalda lo que mencionan Aboelmaged et al. (2024) quienes destacan la importancia de una gestión adecuada de la PI para potenciar el rendimiento organizacional. Sin embargo, la relación no es perfecta 1,00, lo que indica que, si bien la

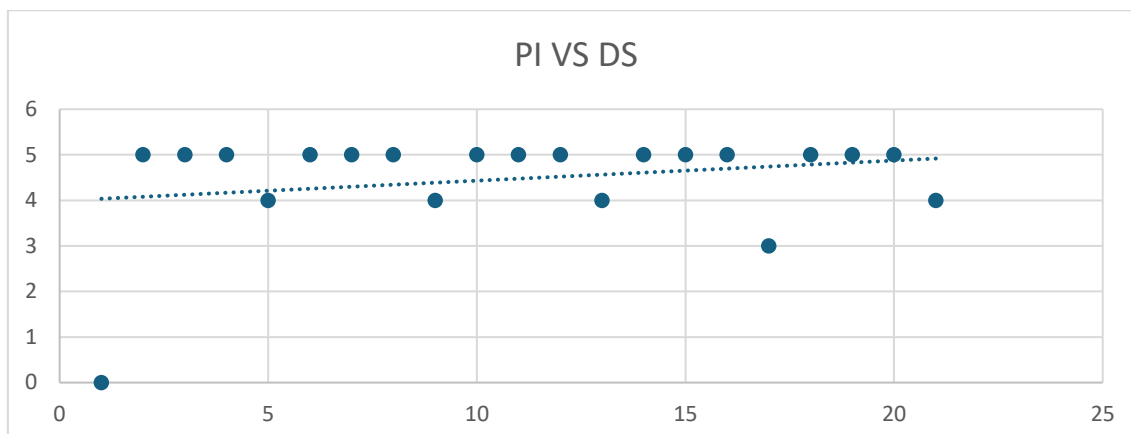
PI impacta n el desempeño, otros factores juegan un papel importante en el éxito del negocio.

El coeficiente de correlación de 0,701 evidencia una relación positiva considerable entre la gestión de PI y el DSS. Sin embargo, este impacto es más moderado en comparación con Tejidos Marko's. Esto se explica, en parte, porque Tejidos Variedad no cuenta con un registro formal de su PI, como marca, diseños o patentes. La falta de registro limita la capacidad de la empresa para posicionarse en el mercado, proteger su identidad comercial y diferenciarse de la competencia. Aunque ciertos elementos de gestión de PI pueden estar presentes de forma empírica o informal, la ausencia de protección legal reduce su efectividad y sostenibilidad. Aunque la relación es positiva, Sánchez et al. (2023) afirman que la efectividad de la PI en la mejora del DSS puede depender de otros factores organizacionales, como la capacidad de adaptación al mercado y las estrategias de innovación específicas que la empresa implemente.

En general, los resultados indican que las dos variables en la encuesta de trabajadores están estrechamente relacionadas y que existe una fuerte dependencia entre la percepción de la PI y el DSS dentro de la muestra.

El gráfico de dispersión muestra una relación entre dos variables, PI y DSS, posee una correlación positiva moderada, indicada por la tendencia ascendente de la línea punteada.

**Figura 2.**  
*Correlación entre variables percepción trabajadores*

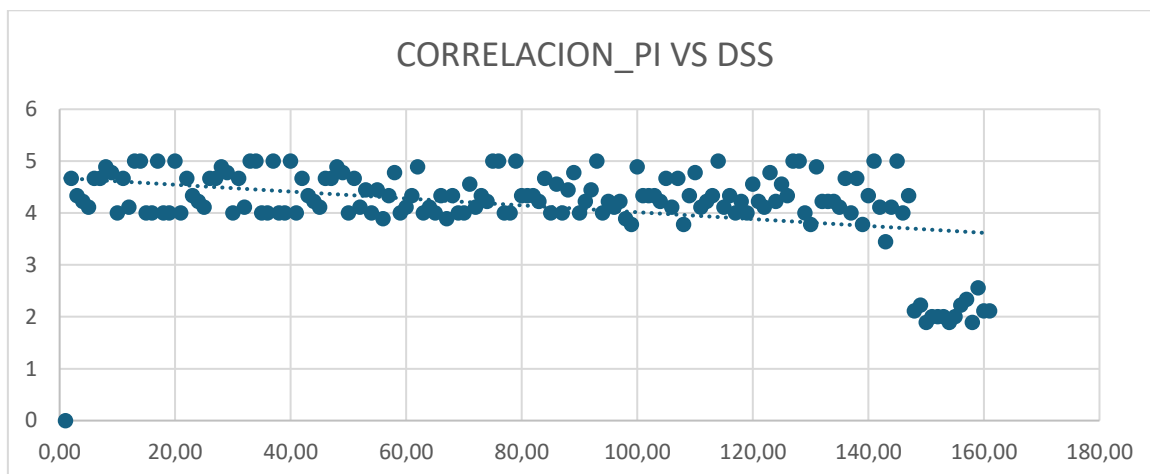


Nota: Correlaciones. Elaborado por la autora.

Los valores en el eje X sobre la PI van de 0 a 25, mientras que el eje Y que representa al DSS abarca de 0 a 6. En los puntos cercanos a la parte inferior izquierda del gráfico, donde los valores de “PI” y “DS” son bajos, la relación entre ambas variables es mínima. A medida que nos desplazamos hacia el centro del gráfico, la correlación se vuelve moderada, con valores de “PI” y “DS” más altos, apunta que a medida que aumenta la PI, lo hace el DSS. En la parte superior derecha del gráfico, donde ambos valores son más altos, se observa una relación, indicando que la protección está asociada a un mejor DSS.

En la siguiente figura se presenta una relación entre dos variables: PI y DSS según la percepción de los clientes.

**Figura 3.**  
*Correlación entre variables percepción clientes*



Nota: Correlaciones. Elaborado por la autora.

La figura presenta la relación entre PI y DSS. En este caso, la variable PI se mide en una escala donde los niveles se dividen de la siguiente manera:

De 1 a 2 se considera un bajo nivel de PI y DSS.

De 3 a 4 un nivel medio y DSS.

Un valor de 5 indica un alto nivel de PI y DSS.

En el gráfico, se observa que a medida que aumenta la PI, el DSS se mantiene relativamente constante, con una ligera tendencia a la baja. Tomando en cuenta que, no hay una correlación fuerte entre un mayor nivel de PI y una mejora en el DSS. Además, se puede identificar un valor atípico al final del gráfico, donde un alto nivel de PI está asociado a un bajo DSS. Esto indica que, en ciertos casos, un mayor nivel de PI no necesariamente se traduce en un mejor DSS según la perspectiva de los clientes. Este hallazgo establece que podrían existir otros factores que influyan en esta relación, lo que podría justificar un análisis más profundo, por ende, se analiza a los trabajadores para la valoración correspondiente.

## Conclusiones

El estudio muestra que la implementación de la PI tiene un impacto positivo en las empresas textiles. En Tejidos Marko's, que ha registrado formalmente su PI, los clientes y empleados tienen una percepción más favorable sobre la protección de marcas, diseños e innovaciones, esto evidencia que contar con una estrategia formalizada de PI mejora la competitividad, refuerza la seguridad jurídica y genera confianza entre los consumidores. En contraste, Tejidos Variedad, aunque recibe comentarios positivos sobre su gestión de PI, no ha formalizado, lo que limita la capacidad de la empresa para proteger sus productos y posicionarse en el mercado frente a competidores que si lo hacen.

El análisis de desempeño socioeconómico en ambas empresas resalta una diferencia. Tejidos Marko's muestra un rendimiento positivo, con altos índices de competitividad, sostenibilidad y rentabilidad, lo cual está estrechamente relacionado con su inversión en la protección de la PI. En comparación de Tejidos Variedad no se ha formalizado el registro de PI limitando el potencial para expandirse salvaguardando sus innovaciones y la marca.

El análisis de correlación revela que existe una relación positiva entre la PI y el desempeño socioeconómico, en Tejidos Marko's, donde el coeficiente de correlación de 0,802 demuestra que la gestión efectiva de PI tiene un impacto directo sobre el éxito económico y la sostenibilidad de la empresa. En Tejidos Variedad, aunque se observa una correlación positiva de 0,577, es moderada, lo que propone que, sin el respaldo de un registro formal de PI, las mejoras en el desempeño económico y social son limitadas.

## **Recomendaciones**

Se recomienda que Tejidos Variedad proceda a formalizar el registro de su PI, incluyendo marcas y diseños, la formalización de los derechos de PI garantizaría la protección legal de sus activos intangibles, fortaleciendo su competitividad y reputación en el mercado, impidiendo que terceros usen sin autorización las innovaciones generales, así como generar valor económico mediante licencias, franquicias o ventas.

Es indispensable que Tejidos Marko's continúe invirtiendo en la formación y sensibilización sobre la importancia de la PI, esto facilitará un mejor entendimiento de los derechos entre empleados y clientes y una cultura organizacional más innovadora y creativa. De este modo, se creará un entorno propicio para fortalecer la competitividad de la empresa tanto a nivel nacional como internacional.

Se sugiere integrar prácticas en sus operaciones, ambas empresas, Tejidos Marko's y Tejidos Variedad, podrán mejorar la lealtad de los clientes y posicionarse como actores responsables y conscientes en el mercado. Así, la implementación de estrategias centradas en la PI y la sostenibilidad, como se ha recomendado, será un factor decisivo para la expansión y el crecimiento en mercados.

Para futuras investigaciones es importante explorar cómo la implementación de estrategias de PI y sostenibilidad influyen en el comportamiento del consumidor y en la competitividad de las empresas a nivel nacional, siendo, beneficioso estudiar la relación entre PI y el rendimiento financiero.

## Referencias bibliográficas

- Aboelmaged, M., Bani-Melhem, S., Al-Hawari, M. A., & Ali, I. (2024). Product innovation research over the past 60 years: a bibliometric analysis of intellectual structure and emergent trends. *Benchmarking: An International Journal*, 31(6), 2034–2060. <https://doi.org/10.1108/BIJ-09-2022-0595>
- Adams, R. (2023). The Evolution of Intellectual Property Rights in the Digital Age. *Journal of Modern Law and Policy*, 52-63. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/376196784\\_The\\_Evolution\\_of\\_Intellectual\\_Property\\_Rights\\_in\\_the\\_Digital\\_Age](https://www.researchgate.net/publication/376196784_The_Evolution_of_Intellectual_Property_Rights_in_the_Digital_Age)
- Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China (CNIPA). (2020). *Fundamentos de propiedad intelectual: Preguntas y respuestas para estudiantes* (Vol. 2). [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_1056.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1056.pdf)
- ADPIC. (2020). *ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/trips\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm)
- Alcívar, D., & Moya, M. (2020). La neurociencia y los procesos que intervienen en el aprendizaje y la generación de nuevos conocimientos Neuroscience and the processes involved in learning and generating new knowledge Neurociências e os processos envolvidos na aprendizagem e geração de novos conhecimentos. *Redalyc*, 5(1), 510–529. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i8.1607>
- Álvarez, D. (2015). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-89532015000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89532015000100006)

Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Decreto legislativo: [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Aucejo, E. (2023). Intel·ligència Artificial: xat GPT versus la Llei i el Dret. Escac al dret de la propietat intel·lectual. *Revista de Educació y Derecho*, 1-21. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/203562/AndresRamon%20-%20Inteligencia%20artificial%20chat%20GPT%20versus%20la%20Ley%20y%20el%20Derecho%20Jaque%20al%20derecho%20de%20la%20....pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bahishti, A. A. (2022). The Vital Role of Research Methodology in Addressing the Research Questions. *International Journal of Methodology*, 1(1), 1–1. <https://doi.org/10.21467/ijm.1.1.2016.29>

Banco Central del Ecuador. (2024). *Programación Macroeconómica Sector Real 2024-2028*. Quito. Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/SectorReal\\_092024.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/SectorReal_092024.pdf)

Benavides, M. R., & Pedraza, X. L. (2018). La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: revisión sistemática de literatura. *SIGNOS - Investigación En Sistemas de Gestión*, 10(2), 175–191. <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2018.0002.10>

- Briñeza, M. (2021). La Sostenibilidad como Estrategia Competitiva en empresas del sector Construcción del Departamento de Antioquia - Colombia. 1-15. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/993/99366775008/99366775008.pdf>
- Cardoza, C. (2022). Derecho de la Moda: los diseños de moda como objeto de protección jurídica especializada en Colombia. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/88d6992c-b623-44be-a34a-e75dc6f1a949/content>
- Castillo, J. (2022). El libro de la innovación: Guía práctica para innovar en la empresa. *Yulök Revista de Innovación Académica*, 6(2), 105–107. <https://doi.org/10.47633/yulk.v6i2.474>
- Çela, M., & Çela, L. (2013). Intellectual Property Management and Strategy in Business. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n11p445>
- Centeno, A. (18 de 09 de 2019). Efectos de la Protección Legal de la Propiedad Industrial: Empresa y Sociedad. *Sapienza Organizacional*, 7-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056570002/html/>
- CEPAL. (2021). *Panorama Social de América Latina 2021*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47718-panorama-social-america-latina-2021>
- Cho, K., Kim, C., & Shin, J. (2015). Differential effects of intellectual property rights on innovation and economic performance: A cross-industry investigation. *Science and Public Policy*, scv009. <https://doi.org/10.1093/scipol/scv009>

- Drexl, J. (2023). Copyright and Open Access to Scientific Publishing. 1-34. Obtenido de <https://link.springer.com/journal/40319>
- ECIJA. (2025). *La Importancia de la Propiedad Intelectual en el Desarrollo Económico de Ecuador*. Área de Propiedad Intelectual y Mediación. Obtenido de [https://ecija.com/wp-content/uploads/2025/01/ECIJAGPA\\_ArticulodePI\\_25.pdf](https://ecija.com/wp-content/uploads/2025/01/ECIJAGPA_ArticulodePI_25.pdf)
- Encalada, M., & Cueva, Á. (2023). Efectos post pandemia en el desempeño del sector industrial textil ecuatoriano de ropa liviana: periodo 2020-2021. *ECA Sinergia*, 1-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588575738011/588575738011.pdf>
- Enrique, X., & Moran, J. (2021). *La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones Market research impact generated in decision-making Impacto da pesquisa de mercado gerado na tomada de decisões*. 7(1), 79–94. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1692>
- Eugene, M. (2008). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter Michael Porter y La Ventaja Competitiva*. 1–6. [http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423\\_u3\\_act3.pdf](http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf)
- Fallon, D. (2025). Management Theory of Michael Porter. *Business*, 1(1), 1–7. <https://www.business.com/articles/management-theory-of-michael-porter/>
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>

- García, P. (2023). *Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change*. Obtenido de <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/23218/1006936.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, P. (2023). *Creatividad, innovación y entrepreneurship*. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/9038/15422>
- García, X., & Sánchez, J. (2019). Evaluación del Control Interno a la Gestión de Inventarios de IMPORELLANA S.A en Santo Domingo, periodo 2017. *Ciencia Sociales y Económicas*, 3(1), 38–57. <https://doi.org/10.18779/csye.v3i1.281>
- Gudiño, C. (30 de 10 de 2020). Intellectual Property in the 21st century in Ecuador. *Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International*, 1-10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6002/600265029001/>
- Herrera, J., & Morales, J. (2025). Revisión Bibliográfica sobre derechos de autor y patentes en Nicaragua: Marco legal, aplicaciones y desafíos actuales. *Latinoamericana de Calidad Educativa*. doi:<https://doi.org/10.70625/rlce/122>
- Horna, L. (2021). *Repositorio*. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/5543/1/Luis-Horna-4.pdf>
- Katenova, M., & Qudrat, H. (2024). Corporate social responsibility and firm performance: Case of Kazakhstan. *Heliyon*, 10(10), e31580. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31580>

- Lemoine F, Delgado Y, & Hernández N. (2018). Análisis de la actividad comercial para la sostenibilidad en los negocios del CANTÓN SUCRE. *Ciencias Administrativas*, 15, 059. <https://doi.org/10.24215/23143738e059>
- López, F. (2020). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7800844>
- López, L., Trujillo, P., & López, F. (2020). Knowledge Management Model for Innovation. *Administración y Organizaciones*, 23(45), 69–83. <https://doi.org/10.24275/uam/xoc/dcsh/rayo/2020v23n45/Lopez>
- Macías, M., & Zambrano, E. (2020). *La gestión del conocimiento para el mejoramiento de las asociaciones textiles registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. 5, 283–325. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i3.1336>
- Maridueña, J. Z., Arteaga, J. P., Zavala, J. B., Suárez Rodríguez, O., Alvarado Quito, K., & Terranova, M. (2021). *Estrategias de gestión financiera, económica, tributaria en empresas*. <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2022/10/Estrategias-de-gestion-financiera-economica-y-tributaria-en-empresas.pdf>
- Matos, F., Oliveira, M., & Vairinhos, V. (2018). The Relation Between Companies' Investments in Intangibles and Innovation. *Higher Institute of Management and Administration of Santarém*. <https://www.proquest.com/openview/3d82eda9144258ac42878669522c649e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1796412>

- Matuszewska, A. (2021). Relationship between corporate sustainability performance and corporate financial performance: evidence from U.S. companies. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 16(4), 885–906. <https://doi.org/10.24136/eq.2021.033>
- Maul, D. (2019). *Intenational Labor Organization*. Switzerland: The Gruyter Oldenbough. Obtenido de <https://www.ilo.org/>
- Merizalde, D., Recalde, M., Castro, Á., & Moreno, E. (2023). Economía social: enfoque socio económico del Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9585862.pdf>
- Neelbauer, J., & Schweidel, D. (2023). *Generative AI Has an Intellectual Property Problem*. Intellectual Property. Obtenido de <https://hbr.org/2023/04/generative-ai-has-an-intellectual-property-problem>
- Nuryanto, A. D. (2019). Problem Penyidikan Tindak Pidana Pencucian Uang yang Berasal dari Predicate Crime Perbankan. *Bestuur*, 7(1), 54–65. <https://doi.org/10.20961/bestuur.v7i1.43437>
- Ñaupas, H., Marcelino, P., Valdivia, R., Jesús, D., Palacios, J., Hugo, V., & Delgado, E. R. (2019). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales\\_de\\_consulta/drogas\\_de\\_abuso/articulos/metodologiainvestigacionnaupas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/metodologiainvestigacionnaupas.pdf)

Obando, J. (09 de 2024). “IMPACTO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TEXTIL DEL CANTÓN ANTONIO ANTE”. Ibarra, Imbabura, Ecuador: UTN. Obtenido de <https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/16532/2/02%20LAD%20026%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

OMPI. (2019). *OMPI*. Obtenido de <https://www.wipo.int/portal/es/>

OMPI. (2024). *Intellectual Property Rights in the Global Economy*. Obtenido de Institute for International Economics: <https://www.wipo.int/web-publications/world-intellectual-property-report-2024/en/index.html>

Ormaza, P. (22 de Febrero de 2018). *Repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10629>

Oviedo, H., & Campo, A. (2005). *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach Title: An Approach to the Use of Cronbach's Alfa*. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>

Palacios, D., Mero, M., Álvarez, C., & Solis, V. (2020). El social media marketing y su influencia en la demanda de productos artesanales de Montecristi, Ecuador. *ECA Sinergia*, *11*(1), 27. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v11i1.1644](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i1.1644)

Pantoja, M., & Salazar, J. (2019). Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, *87*, 139–154. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2412>

- Pardes, C. (2020). *Clusters y desarrollo local: El caso del distrito textil en Atuntaqui*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/6757/675771376003.pdf>
- Pazmiño, J. (25 de Octubre de 2022). *Puente & Asociados*. Obtenido de Puente & Asociados:  
<https://www.puenteasociados.com/la-propiedad-intelectual-herramienta-esencial-para-emprendedores/>
- Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73–93.
- Quiroz, R., Campos, A., & Samaniego, J. (2021). Protección a la propiedad intelectual del autor en Perú en tiempos de crisis mora. *Revista Interamericana de Bibliotecología*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-09762021000100002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-09762021000100002&script=sci_arttext)
- Ramírez, J., Calderón, D., & Peñafiel, J. (12 de 2020). INFLUENCIA DE LAS IMPORTACIONES CHINAS EN LOS EMPRENDIMIENTOS EN ECUADOR. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 1-10. Obtenido de <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/download/v1.n2.a7/g7/889>
- Robayo Acuña, P. V. (2020). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Rodionov, D., Perepechko, O., & Nadezhina, O. (2020). Determining Economic Security of a Business Based on Valuation of Intangible Assets according to the

International Valuation Standards (IVS). *Risks*, 8(4), 110.  
<https://doi.org/10.3390/risks8040110>

Rodríguez, M. (2020).

Romero, E., Villalobos, C., Montero, M., Velésquez, E., & Méndez, L. (2022). Análisis crítico del aporte de Peter Drucker a la Ciencia Administrativa. *Economía & Negocios*, 4(2), 280–296. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1265>

Rosales, V. C. (2010). Obtenido de [http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/22/1/Collins%20Libro\\_competitividad\\_sostenible\\_.pdf](http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/22/1/Collins%20Libro_competitividad_sostenible_.pdf)

Ruiz, M., López, A., Galdámez, C. C., Serrano, J., Pérez, G., Sosa, L., Jiménez, M., Bastián, B., Deza, M. C., & Escobar, J. (2025). *América en el centro: motor de desarrollo para la región de Centroamérica, Panamá y República Dominicana*. <https://doi.org/10.18235/0013383>

Sampieri, Roberto., & Torres, Christian. (2018). *Metodología de la investigación : las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.

Sánchez, A., Sagñay, P., & Camacho, G. (2023). LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS TICS COMO HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS KNOWLEDGE MANAGEMENT AND ICT AS TOOLS OF DIGITAL MARKETING IN THE BUSINESS ADMINISTRATION. In *Anales de Investigación* (Vol. 19, Issue 2). <https://orcid.org/0000-0003-1416-3487>

Sarango, A., & Arias, J. (2025). Impacto de las aranceles y políticas comerciales en el desarrollo económico del sector textil del Ecuador: Un análisis comparativo. 1-120. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/16067>

Schroff, S. (2021). The purpose of copyright—moving beyond the theory. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 1-70. Obtenido de <https://academic.oup.com/jiplp/article/16/11/1262/6444323>

Secretaría Nacional de Planificación. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025*. Quito. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

Sein, Y., & Prokop, V. (2022). The role of Intellectual Property Rights in Enhancing Regional Development. *European Conference on Knowledge Management*, 1-6. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/362933053\\_The\\_role\\_of\\_Intellectual\\_Property\\_Rights\\_in\\_Enhancing\\_Regional\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/362933053_The_role_of_Intellectual_Property_Rights_in_Enhancing_Regional_Development)

Sen, A. (2006). *Desarrollo como libertad*. Caracas. Obtenido de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1012-25082006000300006](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082006000300006)

SENADI. (2020). *El nuevo Ecuador*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>

SENADI. (2020). Ley de Protección Propiedad Intelectual. 28(5), 441-453.

Sharma, R., M., L., Soni, P., & Dubey, A. (2021). The Role of Intellectual Property in Innovation and Economic Growth of Indian MSMEs. *SEDME (Small Enterprises Development, Management & Extension Journal): A Worldwide Window on MSME Studies*, 48(4), 379–393.  
<https://doi.org/10.1177/09708464221078067>

Swarooprani, K. (2022). An Study of Research Methodology. *International Journal of Scientific Research in Science, Engineering and Technology*, 537–543.  
<https://doi.org/10.32628/IJSRSET2293175>

The World Intellectual Property Organization (WIPO). (2020). *Intellectual property is improving the lives of everyone, everywhere*. Obtenido de <https://www.wipo.int/portal/en/index.html>

Tsakalerou, M. (2018). Intellectual property as a key driver of business performance: the case of Singapore and its implications for innovation in a knowledge-based economy. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 15(1), 83.  
<https://doi.org/10.1504/IJLIC.2018.088347>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2021). *Ecuador conducted an investment policy*. Obtenido de [https://unctad.org/system/files/official-document/diaepcb2021d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/diaepcb2021d2_en.pdf)

Van, V. (2023). *Limits And Duration of Intellectual Property Rights*. Obtenido de <https://letranlaw.com/insights/limits-and-duration-of-intellectual-property-rights/>

Vasconelos, T., Forte, D., & Basso, L. (2019). El impacto de los intangibles en empresas alemanas, inglesas y portuguesas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 20(4). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramf190164>

Vernaza, G. (2022). Los derechos de la naturaleza desde la mirada de los jueces en Ecuador. *Revista IUS*, 1-25. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-21472022000100285](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472022000100285)

Wong, S. (2020). Sobre los fundamentos de la propiedad intelectual. *Problema anuario de filosofía y teoría del derecho*, 369-398. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4219/421971612014/html/>

Wong, S. (2020). Sobre los fundamentos de la propiedad intelectual. *Problema. Anuario de Filosofía y Teoría Del Derecho*, 1(14), 369. <https://doi.org/10.22201/ijj.24487937e.2020.14.14915>

WTO. (2024). *El Acuerdo sobre los ADPIC y los instrumentos internacionales a los que hace referencia*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/ta\\_docs\\_s/1\\_tripsandconventions\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1 – Encuesta Clientes



#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### TEMA “PROPIEDAD INTELECTUAL Y SU RELACIÓN EN EL DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO EN LAS EMPRESAS TEXTILES”

#### ENCUESTA CLIENTES

La siguiente encuesta forma parte de un proyecto de investigación, queremos agradecer el tiempo y la disposición que nos brindan para responderla. La información que recopilamos será utilizada únicamente con fines académicos y de análisis, garantizando en todo momento la confidencialidad y anonimato de sus respuestas.

**1. ¿Prefiero comprar productos de marcas que tienen protección de propiedad intelectual (como patentes o marcas registradas)?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**2. ¿La protección de la propiedad intelectual en las empresas textiles influye en mi decisión de compra?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

- 3. ¿Confío más en las empresas textiles que protegen sus diseños o marca mediante la propiedad intelectual?**
- a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) Neutral
  - d) En desacuerdo
  - e) Totalmente en desacuerdo
- 4. ¿Me siento más seguro comprando productos textiles de empresas que respetan los derechos de propiedad intelectual?**
- a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) Neutral
  - d) En desacuerdo
  - e) Totalmente en desacuerdo
- 5. ¿La propiedad intelectual en las marcas textiles es importante para garantizar que los productos sean auténticos y no sean copias?**
- a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) Neutral
  - d) En desacuerdo
  - e) Totalmente en desacuerdo
- 6. ¿El uso de propiedad intelectual permite a las empresas textiles generar nuevos productos y expandir sus mercados?**
- a) Totalmente de acuerdo
  - b) De acuerdo

- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**7. ¿El respeto por la propiedad intelectual en las empresas textiles mejora su imagen y reputación?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**8. ¿Las marcas textiles que respetan la propiedad intelectual suelen tener más confianza por parte de los consumidores?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**9. ¿El concepto de propiedad intelectual es importante para entender el valor de los productos textiles que consumo?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**10. ¿Las empresas textiles con una buena estrategia de propiedad intelectual contribuyen al crecimiento económico de la región?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**11. ¿El cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual ha llevado a un mejor desempeño financiero en las empresas textiles?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**12. ¿Me gustaría que las empresas textiles en las que compro promovieran más la protección de la propiedad intelectual?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**13. ¿Las empresas textiles que intervienen en propiedad intelectual tienen más oportunidades de expansión en mercados internacionales?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo

- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**14. ¿Las marcas textiles que respetan la propiedad intelectual suelen tener más confianza por parte de los consumidores?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**15. ¿Creo que las empresas textiles que respetan la propiedad intelectual son más responsables socialmente?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

## Anexo 2 – Encuesta Trabajadores



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## TEMA “PROPIEDAD INTELECTUAL Y SU RELACIÓN EN EL DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO EN LAS EMPRESAS TEXTILES”

### ENCUESTA TRABAJADORES

La siguiente encuesta forma parte de un proyecto de investigación, queremos agradecer el tiempo y la disposición que nos brindan para responderla. La información que recopilamos será utilizada únicamente con fines académicos y de análisis, garantizando en todo momento la confidencialidad y anonimato de sus respuestas.

**1. ¿En general, creo que la protección de la propiedad intelectual es importante para el éxito de nuestra empresa?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**2. ¿En mi opinión, la protección de marcas y diseños es crucial para evitar la competencia desleal?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**3. ¿La protección de la propiedad intelectual es efectiva en nuestra empresa?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**4. ¿La propiedad intelectual permite a nuestra empresa innovar sus productos y diseños?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**5. ¿Creo que la protección de la propiedad intelectual es importante para la reputación de nuestra empresa?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**6. ¿La protección de la propiedad intelectual ha permitido mantener una demanda constante de los productos?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**7. ¿Considero que la protección de la propiedad intelectual ayuda a nuestra empresa a expandirse internacionalmente?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

**8. ¿La protección de la propiedad intelectual nos permite competir mejor en el mercado textil?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

### **Anexo 3 – Entrevista Propietarios**



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **TEMA “PROPIEDAD INTELECTUAL Y SU RELACIÓN EN EL DESEMPEÑO SOCIOECONÓMICO EN LAS EMPRESAS TEXTILES”**

#### **ENTREVISTA PROPIETARIOS**

La siguiente entrevista forma parte de un proyecto de investigación, queremos agradecer el tiempo y la disposición que nos brindan para responderla. La información que recopilamos será utilizada únicamente con fines académicos y de análisis, garantizando en todo momento la confidencialidad y anonimato de sus respuestas.

- 1. ¿Está su empresa registrada en algún sistema de protección de propiedad intelectual (marcas, patentes, derechos de autor)?**
- 2. ¿De qué manera la protección de la propiedad intelectual influye en la capacidad competitiva de su empresa textil, tanto en el mercado local como el internacional?**
- 3. ¿La protección de sus diseños y marcas ha generado un aumento en las ventas o expansión de su negocio? Si es así, ¿en qué proporción?**
- 4. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta su empresa al intentar proteger su propiedad intelectual?**
- 5. ¿Ha tenido su empresa dificultades para adaptarse a las leyes de propiedad intelectual de otros países donde realiza negocios?**
- 6. ¿Considera que la propiedad intelectual ha sido un factor clave para el crecimiento y la expansión de su empresa?**
- 7. ¿Cómo afectan las disputas legales por infracción de marca su operación diaria y estrategias de negocio?**

- 8. ¿Cómo maneja su empresa el proceso de registro y protección de marcas, diseños industriales o patentes?**
- 9. ¿Cómo percibe que la propiedad intelectual influye en la competitividad de su empresa frente a otras dentro del mismo mercado textil?**
- 10. ¿Qué importancia le da a la diferenciación de sus productos a través de la propiedad intelectual (por ejemplo, diseños exclusivos)? ¿Puede mencionar casos específicos en los que la propiedad intelectual ha evitado la degradación de la calidad de sus productos?**
- 11. ¿La propiedad intelectual juega un papel clave en sus estrategias de innovación dentro del sector textil? ¿De qué manera?**
- 12. ¿Cómo contribuyen la calidad de los insumos y las infraestructuras a su rendimiento?**
- 13. ¿Cómo ha afectado la competencia en su sector a la estructura y estrategia de su empresa?**

## Anexo 5 – Entrevista y Visita a la Propietaria de TEJIDOS MARKO'S



## Anexo 6 – Entrevista y Visita a la Propietaria de TEJIDOS VARIEDAD

