

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

Tema: “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”

Trabajo de titulación previa la obtención del

Título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Maigua Sarabino Cecilia Michelle

TUTOR: MSc. Ruiz Rivadeneira German Georing

TULCÁN – ECUADOR

2021

## CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Maigua Sarabino Cecilia Michelle con el número de cédula 100414118-8 ha elaborado el trabajo de titulación “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta por el reglamento de Titulación Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

GERMAN  
GEORINGRUIZ  
RIVADENEIRA

Firmado digitalmente por  
GERMAN GEORING RUIZ  
RIVADENEIRA  
Fecha: 2021.08.24 23:36:44  
-05'00'

MSc. Germán Ruiz

**TUTOR**



Firmado electrónicamente por:  
JIMMY ALEXANDER  
VALDIVIESO  
ASLALEMA

MSc. Jimmy Valdivieso

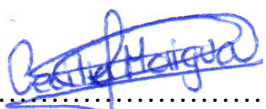
**LECTOR**

Tulcán, septiembre de 2021

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Maigua Sarabino Cecilia Michelle con cédula de identidad número 100414118-8 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

F. .....

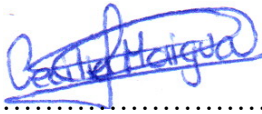
Maigua Sarabino Cecilia Michelle

AUTOR (A)

Tulcán, septiembre de 2021

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Maigua Sarabino Cecilia Michelle declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



F. ....

Maigua Sarabino Cecilia Michelle

AUTOR (A)

Tulcán, septiembre de 2021

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, doy gracias a Dios por quien me ha guiado y me ha brindado la sabiduría necesaria para cumplir este sueño tan anhelado, por acompañarme y sostenerme dándome la fuerza y fortaleza necesaria en cada uno de mis días, por demostrarme que los sueños se hacen realidad cuando los trabajas y construyes a diario con disciplina, esfuerzo y dedicación.

A mis padres Franklin Maigua y Cecilia Sarabino quienes con mucho esfuerzo me han apoyado desde el día que decidí empezar a cumplir este sueño, gracias, queridos padres por la confianza que pusieron en mi por la paciencia y dedicación que me han demostrado a lo largo de toda mi carrera universitaria la mejor manera de retribuir todo su esfuerzo es entregándoles el título de tercer nivel el cual sé que les llenara de satisfacción y felicidad.

A mis hermanos Eduardo, Erick, Jorge y Luis quien me han demostrado un apoyo incondicional, brindándome palabras de aliento para superar cualquier obstáculo que se me ha presentado a lo largo de mi carrera universitaria gracias por todo su amor.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a todos mis docentes universitarios que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, de una manera especial al MSc Germán Ruiz que con su conocimiento, tiempo y paciencia ayudo a que llegue a culminar este trabajo.

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo de titulación a Dios por ser la guía fundamental en cada uno de mis días, a mis padres y hermanos que me han demostrado mucho amor, paciencia y sobre todo palabras de aliento en momentos difíciles que me ha tocado atravesar, siendo así una motivación muy grande para nunca darme por vencida y seguir a paso firme con lo que me he propuesto.

A mi abuelito Luis Sarabino (+) por sus palabras de apoyo y la felicidad que demostraba por cada reto cumplido a lo largo de mi carrera universitaria, ahora sé que desde el cielo me bendice cada día y está muy orgulloso por el desempeño y dedicación que he ido mostrando constantemente.

## ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR .....	2
AGRADECIMIENTO .....	5
DEDICATORIA .....	6
RESUMEN.....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
I. PROBLEMA .....	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivos Específicos .....	19
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	19
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	20
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	27
2.2.1 La nueva teoría del Comercio Internacional.....	27
2.2.2 Teoría de la Ventaja Competitiva.....	32
2.2.3 Teoría de la Propiedad.....	37
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	38
2.4 Fundamentación Conceptual .....	40
III. METODOLOGÍA .....	43
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....	43
3.1.1. Enfoque.....	43
3.1.2. Tipo de Investigación .....	44
3.2. IDEA A DEFENDER.....	44
3.3. DEFINICIÓN Y OPERALIZACIÓN DE VARIABLES.....	45
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....	48
3.4.1 Métodos .....	48
3.4.2 Técnicas e instrumentos de Investigación .....	49
3.4.3 Población y muestra.....	50
3.4.4 Población .....	50
3.4.3 Muestra .....	51
3.5 ANÁLISIS ESTADISTICO .....	52

3.6	Análisis del macroentorno económico de los países Alemania, Italia y Francia .....	67
3.6.1	Factores Socioeconómicos .....	69
3.6.2	Factores Políticos.....	72
3.6.3	Factores Legales .....	74
3.6.4	Factores Tecnológicos .....	75
3.6.5	Factores geográficos y culturales .....	76
3.7	Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM).....	77
3.7.1	Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio .....	79
3.8	Proyecciones de Estudio.....	79
3.8.1	Proyección de importaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00 .....	80
3.8.2	Proyección de exportaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00 .....	81
3.8.3	Consumo nacional aparente de Alemania .....	82
3.8.4	Cálculo de la Demanda Insatisfecha.....	84
3.8.5	Tasa de crecimiento .....	85
3.9	Registros de la propiedad industrial a nivel mundial .....	87
3.9.1	Porcentaje de actividades de registro de Propiedad Industrial .....	87
3.9.2	Principales sectores de registros de diseños industriales.....	88
3.9.3	Solicitud de patentes registradas en el Ecuador.....	89
3.5.4	Correlación de Criterios Cualitativos (entrevista).....	92
<b>IV.</b>	<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>98</b>
4.	RESULTADOS .....	98
4.1.1.	Resultados de la entrevista a empresarios del sector textil.....	98
4.1.2	Resultados de la entrevista aplicada al MSc. Wilson Pasquel docente de la Universidad de Otavalo .....	99
4.1.2	Resultados de la entrevista aplicada al Abg. Oscar Andrés Orellana especializado en el área de propiedad industrial.....	101
4.1.3.	Interpretación de la entrevista.....	102
4.1.4	Interpretación de la entrevista a expertos .....	103
4.1.3.	Resultados de la ficha de observación .....	104
4.2	DISCUSIÓN .....	<b>109</b>
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>116</b>
5.1	Conclusiones.....	116
5.2	Recomendaciones .....	118
<b>VI.</b>	<b>REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>119</b>
<b>VII.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>122</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Componentes del diamante de Porter .....	34
<b>Figura 2.</b> Diamante de Porter sector textil ciudad de Atuntaqui .....	35
<b>Figura 3.</b> Fundamentación legal .....	38
<b>Figura 4.</b> Variables .....	40
<b>Figura 5.</b> Mapa del Cantón Antonio Ante .....	52
<b>Figura 6.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6109.100000 .....	53
<b>Figura 7.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6110.111000 .....	54
<b>Figura 8.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6211.39.90 .....	56
<b>Figura 9.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6109.10.00.00 .....	57
<b>Figura 10.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6110.111000 .....	57
<b>Figura 11.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6211.32.00 .....	58
<b>Figura 12.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6211.39.90 .....	59
<b>Figura 13.</b> Ciclo de vida importaciones subpartida 6109.10.00.00 .....	60
<b>Figura 14.</b> Ciclo de vida importaciones subpartida 6110.11.10.00 .....	61
<b>Figura 15.</b> Ciclo de vida importaciones subpartida 6211.32.00 .....	62
<b>Figura 16.</b> Ciclo de vida importaciones subpartida 6211.39.90 .....	63
<b>Figura 17.</b> Ciclo de vida exportaciones subpartida 6109.10.00.00 .....	64
<b>Figura 18.</b> Ciclo de vida exportaciones subpartida 6110.11.10.00 .....	65
<b>Figura 19.</b> Ciclo de vida exportaciones subpartida 6211.39.90 .....	66
<b>Figura 20.</b> Proyección de Importaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00 .....	81
<b>Figura 21.</b> Proyección de exportaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00 .....	82
<b>Figura 22.</b> Demanda insatisfecha .....	85
<b>Figura 23.</b> Importaciones.....	86
<b>Figura 24.</b> Déficit de consumo Per Cápita.....	86
<b>Figura 25.</b> Solicitudes de Registros .....	87
<b>Figura 26.</b> Registros de la Propiedad industrial por continentes .....	88
<b>Figura 27.</b> Sectores de registros de diseños industriales .....	89
<b>Figura 28.</b> Solicitud de patentes en Ecuador .....	89
<b>Figura 29.</b> La empresa tiene una marca llamativa que capte la atención del cliente.....	104
<b>Figura 30.</b> Los productos que oferta la empresa tienen registros patentes .....	104
<b>Figura 31.</b> Los productos que ofrece la empresa son innovadores.....	105
<b>Figura 32.</b> El nombre de la empresa es atractivo, capta la atención del cliente .....	106

<b>Figura 33.</b> Existen productos diferentes a los de sus competidores .....	107
<b>Figura 34.</b> El geoposicionamiento de la empresa es un lugar estratégico .....	108
<b>Figura 35.</b> La logística del embalaje y transporte.....	109

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variable independiente .....	45
<b>Tabla 2</b> Operacionalización de variable dependiente .....	46
<b>Tabla 3</b> Empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui.....	50
<b>Tabla 4.</b> Empresas que se aplicó la entrevista .....	51
<b>Tabla 5.</b> Posición Arancelaria de los principales productos de exportación .....	52
<b>Tabla 6.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6109.100000 .....	53
<b>Tabla 7.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6110.111000 .....	54
<b>Tabla 8.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6211.32.00 .....	55
<b>Tabla 9.</b> Exportaciones de la partida arancelaria 6211.39.90 .....	55
<b>Tabla 10.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6109.100000 .....	56
<b>Tabla 11.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6110.111000 .....	57
<b>Tabla 12.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6211.32.00 .....	58
<b>Tabla 13.</b> Importaciones de la partida arancelaria 6211.39.90 .....	58
<b>Tabla 14.</b> Ciclo de vida del producto 6109.10.00.00 de algodón (Importaciones).....	60
<b>Tabla 15.</b> Ciclo de vida del producto 6110.11.10.00 suéteres (Importaciones) .....	60
<b>Tabla 16.</b> Ciclo de vida del producto 6211.32.00 de las demás prendas de vestir para hombres y niños (Importaciones) .....	61
<b>Tabla 17.</b> Ciclo de vida del producto 6211.39.90 De las demás prendas de vestir para mujeres y niñas (Importaciones) .....	62
<b>Tabla 18.</b> Ciclo de vida Exportaciones 6109.10.00.00 de algodón .....	63
<b>Tabla 19.</b> Ciclo de Vida Exportaciones 6110.11.10.00 suéteres .....	64
<b>Tabla 20.</b> Ciclo de Vida Exportaciones 6211.32.00 de las demás prendas de vestir para hombres y niños.....	65
<b>Tabla 21.</b> Ciclo de Vida Exportaciones 6211.39.90 De las demás prendas de vestir para mujeres y niñas .....	65
<b>Tabla 22.</b> Top Ten de los países importadores de suéteres.....	68
<b>Tabla 23.</b> Demografía .....	68
<b>Tabla 24.</b> Población Económicamente activa de los países en estudio .....	68

<b>Tabla 25.</b> Factores económicos .....	69
<b>Tabla 26.</b> Factores Políticos.....	72
<b>Tabla 27.</b> Factores legales.....	74
<b>Tabla 28.</b> Factores Tecnológicos .....	75
<b>Tabla 29.</b> Factores geográficos y culturales .....	76
<b>Tabla 30.</b> Ponderación POAM.....	77
<b>Tabla 31.</b> Matriz POAM.....	78
<b>Tabla 32.</b> Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del medio.....	79
<b>Tabla 33.</b> Proyección de importaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00 .....	80
<b>Tabla 34.</b> Proyección de exportaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00.....	81
<b>Tabla 35.</b> Consumo Nacional Aparente.....	83
<b>Tabla 36.</b> Cálculo de la demanda insatisfecha .....	84
<b>Tabla 37.</b> Tasa de crecimiento .....	85
<b>Tabla 38.</b> Solicitudes de registros .....	87
<b>Tabla 39.</b> Registros de la propiedad industrial por continentes.....	87
<b>Tabla 40.</b> Sectores de registros de diseños industriales .....	88
<b>Tabla 41.</b> Solicitud de patentes registradas en el Ecuador.....	89
<b>Tabla 42.</b> Clasificación de criterios coeficiente W. Kendall .....	90
<b>Tabla 43.</b> Suma de criterios de rango .....	90
<b>Tabla 44.</b> Rangos de calificación.....	91
<b>Tabla 45.</b> Análisis de las entrevistas .....	92
<b>Tabla 46.</b> La atención al cliente es la adecuada y eficiente .....	106
<b>Tabla 47.</b> Es buena la calidad de los productos de la empresa .....	107
<b>Tabla 48.</b> El ambiente laboral es bueno dentro de la empresa.....	108
<b>Tabla 49.</b> La logística con la cual la empresa realiza sus productos es la adecuada .....	109

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación analiza la propiedad industrial del sector textil del cantón Antonio Ante de la ciudad de Atuntaqui y el fomento a las exportaciones, para ello, se identifican las problemáticas que existen en dicho sector las cuales son el contrabando, la competencia imperfecta y competidores directos como los países Colombia y Perú, se realiza un análisis de cinco criterios los cuales son el desarrollo tecnológico, la innovación, el financiamiento, las categorías de la propiedad industrial y los mercados internacionales, se destaca que el contrabando perjudica mucho al sector textil el 40% de prendas de vestir y el 60% de materia prima, existe muy poca participación de entidades públicas las cuales apoyen en su crecimiento, se identifica que los empresarios del sector textil desconocen acerca de la propiedad industrial . La realización de este trabajo se justifica con la necesidad de que las empresas del sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui conozcan más de que se trata la propiedad industrial y como esta puede contribuir en el crecimiento. Las teorías utilizadas fueron la nueva teoría del Comercio Internacional y la teoría de la Ventaja Competitiva, mismas que aportaron al trabajo de investigación. La metodología utilizada se basó en un enfoque cualitativo y cuantitativo mediante la realización de entrevistas que se aplicaron a los empresarios del sector textil de la ciudad de Atuntaqui y fichas de observación en donde constaron los cinco criterios mencionados los resultados obtenidos fueron objeto de discusión los mismos que arrojan las conclusiones y recomendaciones al trabajo de investigación.

**Palabras Clave:** Propiedad industrial, competencia imperfecta, economías a escala, fomento a las exportaciones, innovación. Marcas, patentes, diseños industriales.

## **ABSTRACT**

The present research work analyzes the industrial property of the textile sector of the Antonio Ante canton of the city of Atuntaqui and its export promotion, to this end, the problems that exist in this sector which are smuggling, imperfect competition and direct competitors such as Colombia and Peru is identified, an analysis is made within five aspects which are technological development, innovation, financing, industrial property categories and international markets. It is pointed out that the textile sector suffers greatly from 40% of garments and 60% of raw materials, there is very little involvement of public entities that support their growth, it is identified that the entrepreneurs of the textile sector do not know about the industrial property. The realization of this work is justified by the need for companies in the textile sector of the canton Antonio Ante in Atuntaqui to know more about what industrial property and how it can contribute to growth. The theories used were the new theory of International Trade and the theory of Competitive Advantage, which contributed for the research work. The methodology used was based on a qualitative and quantitative approach through interviews that were applied to the textile sector entrepreneurs of the Atuntaqui city and observation sheets in which the five mentioned aspects. The obtained results were analyzed and debated. There the conclusions and recommendations of the research work were drawn.

**Keywords:** Industrial property, imperfect competition, economies of scale, export promotion, innovation, brands, patents, industrial designs.

## INTRODUCCIÓN

El sector textil en el Ecuador es muy fundamental ya que representa un gran aporte a la economía, productividad y desarrollo social a nivel nacional, una de las provincias que se caracteriza por su mayor actividad textil en la sierra es Imbabura, comprendiendo zonas como Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí.

La investigación para el presente trabajo de titulación se lo realizó en las empresas del Cantón Antonio Ante en la ciudad de Atuntaqui. La propiedad industrial básicamente permite comprender que los objetos de propiedad industrial consisten en signos que transmiten información, en particular a los consumidores, en relación con los productos y servicios disponibles en el mercado, la protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos y evitar una competencia desleal, es un tema bastante interesante y es conveniente que las empresas comiencen a aplicarla para que puedan ser más competitivos.

Existen al menos cinco problemas a los que los productores del sector textil se enfrentan, los cuáles son la competencia desleal, el comercio ilícito, la subfacturación de importaciones, contrabando, poca inversión para aumentar la capacidad de producción y poco acceso a capital. El desarrollo tecnológico ha sido un problema difícil de superar en cuanto se refiere al sector textil, la tecnología se encuentra en constantes cambios por lo que a los empresarios le cuesta mucho estar constantemente tecnificando sus procesos, es un factor muy importante para tomar en consideración.

No existe mucha ayuda en cuanto se refiere a financiamiento para las empresas de dicho sector, los préstamos bancarios a los que pueden acceder representan tasas de interés muy altas por lo cual es un obstáculo para poder adquirirlos, es importante que los empresarios sean competitivos en el mercado nacional para que de esa manera puedan expandirse a mercados internacionales.

La investigación comprende cinco capítulos, a continuación, se detallan los distintos hallazgos que se encontraron realizando la investigación.

El primer capítulo investiga acerca del sector textil y la propiedad industrial detallando los problemas identificados, la justificación de como aportara la investigación a la sociedad y se especifican preguntas y objetivos de investigación.

El segundo capítulo presenta los antecedentes más importantes que contribuyen a la investigación además de la fundamentación teórica en la cual se menciona a la nueva teoría del comercio internacional y la teoría de la ventaja competitiva.

El tercer capítulo muestra la metodología seleccionada instrumentos y herramientas de investigación, así como, definición y operacionalización de variables, idea a defender, la población y muestra y todos los datos estadísticos relacionados al sector textil y la propiedad industrial.

El cuarto capítulo da a conocer los resultados y discusión sobre los hallazgos de la investigación en donde se puede identificar que los empresarios de dicho sector no aplican la propiedad industrial por distintos factores, como desconocimiento del tema, falta de recursos económicos, además, que existen muy pocas exportaciones de productos textiles.

Finalmente, en el quinto capítulo presentar las conclusiones y recomendaciones acerca de la investigación realizada.

## I. PROBLEMA

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A través del tiempo el mundo ha ido evolucionando a pasos gigantesco, una masiva aparición de la tecnología ha dado como resultado la globalización en donde las empresas nacionales e internacionales se han visto involucradas lo cual ha permitido que en la actualidad los países tengan mayor interdependencia, lo que hace que el comercio, las personas y empresas crezcan en niveles económicos, sociales y culturales.

La aparición de la inversión privada ha hecho que el aumento de volumen y la variedad de comercio internacional de bienes o servicios sea más grande y exista en intercambio comercial de flujos internacionales de capitales y la acelerada generalización o difusión de tecnología.

Con el desarrollo de tecnología el incremento de intercambios comerciales entre países permite y exige que las empresas tengan nuevas maneras de pensar de crear, innovar dando más importancia a la propiedad industrial conociendo más a fondo esta, “se refiere a la invención o innovación de productos o servicios nuevos en el mercado por lo cual sus creadores buscan obtener el derecho de ser registrado como titular de su invención o innovación” (OMPI, 2016,p.2). lo que buscan las empresas es hacerse más competitivas para de esa manera poder mantenerse en los mercados ya que tienen que adaptarse a los gustos y preferencias de los clientes, a la dinámica comercial, a los cambios en la economía y principalmente a la creatividad e innovación.

La propiedad industrial es utilizada para proteger el producto elaborado por parte de una persona o empresa, en Ecuador existe una problemática Enriquez (2019) menciona: “No constan solicitudes de propiedad industrial por medio de empresas lo cual no permite que la economía del país aumente de esta manera no se registran productos nuevos o innovadores que puedan ser competitivos con diferentes mercados del mundo” (párr.2).

Las empresas muchas veces realizan sus productos de una manera anónima así estos se evitan de tener una empresa bien constituida y por ende ahorrarse de gastos y de esa manera no se preocupan por registrar un nombre de su empresa o implementar una marca a sus productos.



Otra problemática detectada en el sector textil de Atuntaqui es Rocha (2016). afirma “Que muchas de las empresas realizan productos de calidad y a precios bajos, pero no realizan exportaciones y muchos de sus productos llegan a otros mercados, pero no con sus marcas, sino con etiquetas de otras empresas” (p.31).

Para exportar de esta manera los dueños de las empresas de Atuntaqui no tienen necesidad de registrarse como exportadores perjudicándose de una u otra manera directamente ya que la marca no es reconocida a nivel internacional.

Los procesos de manufactura son muy tradicionales no tienen una adecuada tecnificación algunas de las empresas del sector se han visto afectadas ya que no cuentan con la inversión necesaria para adquirir tecnología de punta y para maquilar las prendas aun usan maquinas domésticas. AITE (2016) menciona: “entre el año 2015 y 2017 las ventas en el sector textil decayeron en un 28,4% afectado por la desaceleración de la economía del país por una inestabilidad en el mercado mucha competitividad externa” (p.5).

Colombia y Perú se destacan a nivel internacional por la calidad de telas y la diversidad de moda, Ecuador se encuentra por detrás de ambos países, la competencia interna también es algo muy fuerte a lo que se enfrentan a diario las empresas de sector textil ya que existen una gran competencia entre estas ofreciendo productos a menor precio, pero no de buena calidad.

El desconocimiento de la normativa de la propiedad industrial y como esta puede beneficiarles para que sus empresas crezcan y tengan mayor competitividad y participación. AITE (2016) afirma:

Contrabando es un factor que perjudica mucho al sector textil el 40% de prendas de vestir y el 60% de materia prima es decir de telas ingresan por las aduanas del Ecuador subfacturando o subvalorando, causando afectaciones al fisco por la evasión de aranceles ingresando a territorio nacional a bajos costos perjudicando la producción nacional. (p.6)

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿El poco conocimiento de la aplicación de la propiedad industrial en el sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura no ha permitido que se fomenten las exportaciones?

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se la realizara con el fin de que las empresas del sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui conozcan más de que se trata la propiedad industrial y como esta puede contribuir en el crecimiento de una empresa que estas sean más competitivas y exista mayor comercialización siendo ellos los beneficiados directos al conocerla y aplicarla de esta manera las exportaciones del sector textil aumentarían.

Es importante realizar esta investigación ya que así se determinará factores o problemáticas tales como competitividad interna, contrabando, inestabilidad en el mercado, fuertes competidores de otro país que perjudican directamente al sector, su impacto es que en Ecuador exista mayores importaciones que exportaciones generando así un déficit en la balanza comercial.

Se busca que los empresarios de este sector establezcan una marca que esta tenga originalidad sea innovadora generando así interés en los consumidores y pueda posicionar sus productos en el mercado, la marca es muy fundamental e importante a tomar en consideración en esta investigación lo que se intenta conseguir es que los empresarios registren sus marcas y conozcan acerca de los beneficios que pueden generar.

El impacto que se quiere lograr con este tema de investigación es que las empresas del sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui despierten interés para conocer la propiedad industrial con el fin de que sus marcas sean registradas y se pueda realizar exportaciones de sus productos con su propia marca sin necesitar intermediarios para exportar productos que son elaborados por empresas de esta ciudad pero para exportar usan etiquetas de terceras personas lo cual no permiten ser reconocida en mercados internacionales.

Es factible realizar esta investigación ya que el sector textil es muy activo en esta ciudad y sus productores a diario se encuentran trabajando para mejorar sus procesos todos con un fin llegar a ser competitivos y dejar de estar por detrás de países como Colombia o Perú que se encuentran en un nivel alto al momento de hablar de moda y calidad de telas dejando así de ser importadores de este tipo de productos a ser exportadores de productos novedosos, de calidad y a precios accesibles para sus consumidor.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Evaluar las categorías de la propiedad industrial en el sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar Bibliográficamente las categorías de la propiedad industrial en el sector textil en el cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones.
- Diagnosticar los principales productos textiles que se exportan dentro del sector textil e identificar cuantas empresas de la ciudad de Atuntaqui conocen acerca de la propiedad industrial.
- Aplicar la propiedad industrial en el sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y fomentar a las exportaciones.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación**

- ¿El sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura aporta significativamente a la economía del país?
- ¿Cuántas pequeñas y medianas empresas del sector textil de Atuntaqui tienen registrada una marca?
- ¿Las empresas del sector textil del Cantón Antonia Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura realizan sus procesos de producción con tecnología de punta?
- ¿Es importante registrar una marca en la propiedad industrial para así protegerla?
- ¿El código orgánico de la economía social de los conocimientos creatividad e innovación debería incentivar al sector textil por medio de capacitaciones para que las empresas conozcan más sobre la protección de la marca?
- ¿Registrar una marca en la propiedad industrial es un proceso difícil por eso las empresas deciden no hacerlo?
- ¿El fomento a las exportaciones incentiva a que la producción nacional aumente y sea reconocida a nivel internacional?
- ¿Qué entidades incentivan a que las exportaciones del sector textil aumenten?

- ¿Es importante que exista más producción de productos ya con valor agregado para que así la demanda de producción nacional aumente y las exportaciones sean mayores?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los siguientes antecedentes investigativos, se han tomado como apoyo para el desarrollo de la presente investigación:

Navarrete, (2018) “Análisis del sector textil Ecuatoriano y el fomento a las exportaciones” Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Ibarra, los hallazgos que se encontraron menciona que es fundamental tener un adecuado sistema de gestión por procesos dentro de las mi pymes, ya que de esa manera se obtendrá un enfoque estratégico este permitirá determinar las actividades, recursos, responsables y tiempos a cada elemento que forma parte de la producción o de la gestión empresarial de la empresas textiles para así poder evaluar la utilidad de la productividad y proporcionar parámetros de control, seguimiento y mejora que contribuyan a que los procesos alcancen sus objetivos planteados y de esta manera alcanzar la calidad de los productos y las perspectivas y necesidades de sus clientes.

Las empresas del sector textil deben tomar en consideración este sistema de gestión ya que a través de este permitirá que sean mayor participativas en los mercados internacionales un punto a tomar en cuenta Padilla (2017) menciona que: “ La trilogía de la calidad ya que esta relaciona los costos y la productividad mediante este se busca mejorar la producción” (p.3) es decir ejerce un rol fundamental en la empresas textiles porque desde allí se establecen ciertos indicadores que aportan al control y la calidad del producto que se ofrece en el mercado.

La investigación aportara en el tema de estudio ya que ciertas empresas del sector textil se manejan tan solo por la experiencia que tienen sus trabajadores o dueños de estas es decir de una forma empírica que no les permite crecer y realizar productos de mejor calidad y así ganar nuevos mercados, es fundamental fortalecer las funciones de los responsables de cada empresa y ser más minuciosos y cuidadoso al momento de producir generando innovación y nuevos productos.

Nasamues. R,(2018) “ Análisis del acuerdo Multipartes Unión Europea Ecuador-Colombia y la competitividad en el sector textil” Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, dentro de los hallazgos de la investigación se determina que actualmente la competitividad ha sido un factor clave para el posicionamiento de las economías en desarrollo y sin duda es un reto para las economías subdesarrolladas; el acuerdo Multipartes Unión Europea con los países andinos ha ejercido cierto dinamismo por parte de las naciones, con el fin de aprovechar este convenio el cual beneficia al sector textil el sector textil es uno de los más importantes para Ecuador y Colombia, debido a que representan el 8% y el 3,4 % del PIB nacional respectivamente (Revista Líderes, 2016); sin embargo, estos países convergen en situaciones distintas y su realidad competitiva difiere una de la otra.

Dentro de las conclusiones menciona que el acuerdo Multipartes resulta conveniente para Ecuador y Colombia ya que representa los mismos beneficios y una gran oportunidad para los países andinos, puedan exportar sus productos hacia el bloque europeo, el sector textil ecuatoriano representa un valor muy importante en el apoyo a la economía nacional por su significativa participación en el PIB industrial, la exportación y posicionamiento de productos textiles hacia la Unión Europea representa un reto, puesto que, se enfrenta a un mercado estrictamente exigente y muy difícil de complacer en cuanto a innovación, diferenciación, certificaciones de calidad y la nueva tendencia de moda y diseños únicos.

El sector textil de Ecuador resalta la importante participación en tejidos, prendas de punto, hilados y ropa de hogar en los cuales en base al factor innovación puede generar productos con ventaja competitiva frente a Colombia.

Esta investigación aportara en el tema de estudio ya que se analiza el sector textil ecuatoriano y el sector textil colombiano e identifica las principales ventajas o desventajas que poseen cada uno de los países, además, que se realiza un análisis minucioso del acuerdo Multipartes con la Unión Europea, para determinar las oportunidades que este representa para realizar exportaciones y poder posicionarse en mercados europeos.

Díaz. J,( 2019) “Autoridades de producción conocen de cerca al sector textil” Revista AITE, dentro de los hallazgos de la investigación se detectaron al menos cinco problemas a los que el sector textil ecuatoriano se enfrenta las cuales mencionan, crecimiento lento, importaciones más baratas que la producción local, materias primas más costosas que el mercado

internacional, mercado local pequeño y saturado, y la falta de fomento a las exportaciones de productos textiles, el tema del contrabando también es un problema que afecta de una manera directa al sector textil, Caicedo (2019) menciona que: “Es importante fortalecer la compra pública y en general, ayudar al sector textil y confección a promover espacios de dialogo con otras instituciones ”

El presidente del directorio de AITE y el presidente Ejecutivos del gremio, respectivamente mencionan que es importante que Ecuador realice alianzas estratégicas con diferentes países del mundo, para así poder impulsar la transferencia de conocimientos, fortalecimientos académicos y desarrollo de investigación e innovación.

Además menciona que existe bastante informalidad por parte de los competidores en cuanto se refiere a mercado laboral, formalidad entre trabajadores y colaboradores, regulaciones en el ámbito laboral, en Ecuador existe la informalidad por no se la entendido que, para combatirla, hay que entender que se debe potenciar la competencia, tanto el sector formal e informal deben asumir que se compite para ser mejores, la informalidad representa una competencia desleal para los negocios formales lo cual perjudica y hace más difícil su crecimiento.

La presente investigación aportara al tema de investigación, el artículo de la revista es muy interesante aborda temas como los principales problemas que afectan al sector textil dentro las informalidades que se presentan dentro de las empresas de dicho sector las cuales no les permite tener un crecimiento rápido en el mercado, por ende se les dificulta poder expandirse en mercados nacionales e internacionales, las empresas deben tomar en cuenta y asumir que la competencia debe ser para mejorar y superarle no para perjudicar al mercado.

Tubón. S, (2016) “La propiedad industrial en el sector textil, la piratería y el derecho patrimonial del titular” Revista ECOTEC, Ecuador, dentro de los hallazgos de la investigación se mencionan que la propiedad industrial es un conjunto de derechos exclusivos que protegen tanto la actividad innovadora manifestada en nuevos productos, nuevos procedimientos o diseños, como la actividad mercantil, mediante la identificación en exclusiva de productos y servicios ofrecidos en el mercado.

La propiedad industrial nace de la necesidad que tiene el ser humano de guardar como suyo algún producto, ya que este siente deseos de crear o inventar cosas que les solucionen parte de

los problemas que se encuentran en su diario vivir, pero también desea que este trabajo sea reconocido y que nadie se de mérito por lo que ha trabajado incansablemente.

Además menciona que el convenio de París y el acuerdo sobre Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio son los dos acuerdos internacionales de mayor peso sobre la propiedad industrial, en el caso del sector textil la piratería afecta económicamente a quienes tienen su producto registrado, obliga a que la mercadería se quede en el almacén obligando a menorar el costo del producto y en muchos de los casos obligan a las empresas a hacer recorte de personal, de esta manera nos podemos dar cuenta que la piratería no solo afecta a los empresarios sino también a familias enteras.

La presente investigación aportara al tema de investigación porque ese encuentra temas de importancia como es el tema de la propiedad industrial menciona el concepto las categorías que se encuentran dentro de la propiedad industrial, y como esta permite que las empresas del sector textiles eviten y combatan con la piratería que se encuentra presentes dentro del mercado local y que sea convertido en un tema muy difícil que combatir.

Chavés. J, (2017) “Incidencia de la Marca a la Ciudad de Atuntaqui en el sector textil” Universidad Técnica del Norte, Ibarra, los resultados de esta investigación menciona que una marca puede ser de gran importancia en el sector textil de Atuntaqui ya que así se establece un sistema de gestión, los principales beneficiarios al obtener una marca serían los agentes de desarrollo económico local del sector como grandes, medianas y pequeñas empresas, además de familias productoras de la ciudad e instituciones públicas y privadas, los impactos o lo que se quiere lograr es mejorar la asociatividad entre empresas, actores sociales y económicos de la ciudad impulsando al trabajo coordinando con una visión al futuro, fortalecer la economía de la ciudad por medio del sector textil, generando así un mejoramiento en el posicionamiento de los productos textiles para acceder a nuevos mercados , aumentar la competitividad y mejorar los procesos productivos generando así productos de calidad, la marca es una estrategia de marketing esta es muy importante ya que esta permitirá que los clientes identifiquen tu empresa es importante hacerla atractiva, llamativa, para así captar la atención del cliente, de esa manera será más fácil posicionar uno o varios productos en el mercado.

Esta investigación aporta en el tema ya que al analizar sus resultados y los impactos de esta se puede realizar un estudio muy minuciosos para ver si esto se ha logrado ya que suena basta

interesante obtener una marca que diferencia la ciudad de Atuntaqui por sus textiles ya que aportaría de una manera muy significante tanto a nivel económico, social y cultural.

OMPI, (2016) “Principios básicos de la propiedad industrial” Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Suiza, dentro de los hallazgos se menciona que la amplia aplicación que tiene el término “propiedad industrial” en resumen los principales tipos, a saber, las patentes de invención, los diseños, industriales, las marcas de fábricas, marcas de servicios, los nombres y las denominaciones comerciales y la protección contra la competencia desleal.

La protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos, que pueda inducir a error a los consumidores, así como toda práctica que induzca a error en general, la OMPI es una organización internacional cuya finalidad es fomentar la creatividad y la innovación velando por la protección en todo el mundo de los derechos de los creadores y propietarios de activos de propiedad intelectual, así como el reconocimiento y la debida retribución de inventores y autores.

Es importante que los estados se esfuercen por crear y armonizar normas y prácticas para proteger los derechos de la propiedad intelectual en la mayoría de los países desarrollados existen sistemas de protección, pero en los países en desarrollo se siguen elaborando marcos jurídicos y administrativos a fin de proteger sus patentes, sus marcas.

El siguiente articulo aportara al tema de investigación ya que se encuentra información relevante en donde se identifica con mayor claridad que es la propiedad industrial y que categorías se encuentran dentro de ella así mismo menciona cada una de las categorías y se puede tener mayor claridad de que se trata cada una de ellas, mencionan que es importante que el Estado impulse a crear e innovar más a cada uno de las empresas de diferentes sector y que de esta manera utilicen más la propiedad industrial.

Medina. M, Lara. K, (2017) “Análisis del sector textil del Ecuador y oportunidades de Exportación al mercado de la Unión Europea” Universidad Central del Ecuador, Quito, la fabricación de textiles en nuestro país tienen una connotación histórica muy amplia, eta siempre ha tenido un gran vinculo aspectos, económicos y sociales, se ha convertido en aspectos muy importantes dentro de la cultura de los pueblos indígenas.



Menciona que el Ecuador ha sido reconocido como productor y exportador de materias primas, es muy importante y necesario que los empresarios de dicho sector exporten sus productos ya elaborados, además el sector textil genera grandes oportunidades de empleo, es importante determinar los principales productos que se ofertan a nivel nacional, y los puntos de ubicación de las empresas que se dedican a la elaboración de productos textiles, se detalla cada una de las etapas de la cadena de valor del sector textil desde la adquisición de insumos y materias primas hasta que el producto esté terminado y listo para su comercialización.

La Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) menciona que Ecuador ha realizado exportaciones a 87 países, Colombia es uno de los principales destinos de exportación con un 47.7% en el año 2015, y 32.9% en el año 2016, seguido por países como Filipinas, Reino Unido, Brasil, Japón, Chile, Perú, Aguas internacionales, Venezuela y España.

Esta investigación aportara ya que se realiza un análisis muy minucioso acerca de las oportunidades que el sector textil ecuatoriano puede tener para exportar los productos a la Unión Europea menciona que para poder hacerlo es necesario realizar innovaciones tecnológicas que permitan incrementar la competitividad y mejorar la calidad de los productos textiles.

Silva. K,(2018) “ Análisis de la incidencia del sector textil en la economía nacional” Universidad de Guayaquil, Guayaquil, En el Ecuador, la industria textil es una de las actividades que tiene mayor participación en el sector de las manufacturas y que genera mayor número de plazas de empleo, a pesar de las cifras antes mencionadas dicho sector ha sido afectado en la última década por externalidades como por ejemplo el contrabando de textiles provenientes de países vecino, sobretasas arancelarias que si bien buscaban proteger la producción nacional, estas también aumentaban el costo de producción ya que determinados insumos son producidos en el exterior, sumada a las externalidades antes mencionadas aparece la falta de una legislación específica para dicho sector, ya que esta industria está regulada por las leyes generales del aparato productivo por tal motivo se pretende realizar un análisis al sector textil y su incidencia en la economía ecuatoriana.

Dentro las conclusiones de la investigación se mencionan que el perfil del emprendedor textil comprende una visión comercial, pues da un giro al negocio ya que además de producir textiles son comerciantes muy eficientes; están en constante innovación en cuanto a nuevas tendencias tanto en producción, moda y estrategias comerciales que les permitan abrirse paso en el

mercado local y en el exterior, en cuanto a la producción, ésta además de crecer también se diversificó, sin embargo, factores como la importación de materia prima que abarata los costos y que resta el protagonismo de la producción nacional en el mercado interno contrastado con el contrabando de mercancías causó que la producción nacional se estancara hasta la actualidad.

La presente investigación aporta al tema de estudio ya que se puede identificar los problemas que existen en la industria textil y la importancia que esta representa para la economía del país, además de como la diversificación, la innovación es importante para que las empresas de dicho sector crezcan y sean más competitivas.

Catillo. E, (2018) “Análisis de los determinantes de la competitividad del sector textil del Ecuador” Universidad de Cuenca, Cuenca, Hoy en día la competitividad es una definición clave, en cuanto se refiere a las economías en vías de desarrollo y a las ya desarrolladas debido al dinamismo del mercado internacional, en donde se necesita que exista que la eficiencia y eficacia estén presentes en la utilización de los recursos humanos, tecnológicos, entre otros.

La competitividad tiene diferentes planteamientos y mediciones cada uno se desarrollará según su contexto, al hablar de competitividad a nivel macro este se vinculará con la capacidad de incrementar el nivel de vida, incrementar la productividad e ingresar a nuevos mercados internacionales.

En los países latinoamericanos el sector textil es uno de los más importantes, ya que este genera oportunidades de empleo, desarrollo social, y aumento de economía, pero se enfrenta a una problemática dentro del sector existe muy baja tecnología son muy intuitivos y empíricos al momento de realizar sus productos lo cual no les permite ser competitivos, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar y analizar los factores que explican la competitividad del sector textil dentro de sus conclusiones menciona, el sector textil en Latinoamérica es uno de los más importantes debido a que es una fuente primordial de empleo, tiene una significativa participación en el mercado.

Este artículo aportará en la investigación ya que menciona que la competitividad es un factor muy importante el cual hay que tomarlo en cuenta y que este sea mayor en el sector textil ya que de esa manera se podrán analizar la producción de las empresas, maquinarias, procesos productivos ver que tan informados están para así poder exportar más sus productos llegando

así a diferentes países con sus productos generando mayor rentabilidad y un aumento en la balanza comercial del país.

Tayo. E,(2018) “La incidencia del sector textil en la Economía nacional” Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Menciona aspectos como número de empresas, generación de empleo, balanza comercial y el nivel de capacitaciones de emprendimientos encasillados en la economía popular y solidarias para de esa manera poder tener una visión real sobre el avance y desarrollo de dicho sector, en la investigación se llegó a concluir que dicho sector es el que genera mayor fuentes de trabajo a nivel nacional es el sector que generan mayor exportaciones en cuanto a productos con valor agregado presentan un crecimiento económico considerable dentro del sector.

La investigación aportara en el tema de estudio ya que se da a conocer que tan importante es el sector textil e la economía del país que es uno de los sectores que mayores exportaciones de productos con valor agregado realizan y aporta de una manera considerable al crecimiento económico del país.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 La nueva teoría del Comercio Internacional**

Esta teoría en si se orienta a favor del proteccionismo y del libre comercio en los mercados internacionales, hay que tener muy presente que mientras el tiempo transcurre los mercados se vuelven más competitivos por diferentes aspectos y disponibilidad de recursos por ejemplo mano de obra, especialización, nuevas tecnologías y capital, factores básicos que cada país posee, toma como base la teoría planteada por David Ricardo la ventaja comparativa la prácticamente se enfoca en que los países se deben dedicar principalmente a la comercialización de productos en los cuales más especialización poseen, además de que se deberán complementar utilizando materias primas o mano de obra de otros países. Mayorga y Martínez (2008) afirma:

La teoría plantea que los países deben especializarse en los bienes y servicios que está en capacidad de producir de manera más eficiente y a su vez adquirir de otras economías aquellos que produce con menor eficiencia, la producción prácticamente se torna ilimitada por el libre comercio, es decir que la teoría de Ricardo asume que los

consumidores en cualquier continente están en capacidad de adquirir más bienes sin restricciones comerciales. (p.78)

Al hablar de la nueva teoría del comercio internacional se mencionan 4 principales características las cuales son economía de escala, la competencia imperfecta, el comercio intraindustrial y el comercio interindustrial.

La economía de escala es un factor clave para la competitividad de las empresas Pérez (2017) afirma que “es un modelo empresarial que se emplea en diversas áreas o sectores de la industria, principalmente si la apuesta estratégica de una compañía es la producción masiva o de muchas piezas a la vez” (p.2).

Es decir, las economías de escalas son la reducción del coste total medio cuando aumenta la producción, al aplicar las economías de escala las empresas gozan de unos costes de producción menores por unidades, de esta manera se puede decir que en cuanto más produce la empresa menos le cuesta producir cada unidad.

Existen dos tipos de economías de escala:

Economía a escala interna Pérez (2017) afirma que:

En este caso, la economía a escala responde a una estrategia planificada dentro de la empresa, es decir, es la respuesta a una serie de medidas orientadas a la adopción de nuevas técnicas de producción, la dirección es, generalmente, el ente encargado de implementar este modelo y de comunicarlo al resto de áreas o dependencias de la compañía, el resultado siempre debe ser el mismo: menor inversión para obtener una mayor producción de artículo. (p.4)

Es decir, la empresa puede reducir su costo unitario aumentando su propia producción por ejemplo esto puede suceder debido a la especialización de las maquinas o del trabajo.

Economía a escala externa Westreicher (2018) afirma: “Corresponden a una situación en la que, para todos los competidores de una industria, el coste de fabricar una nueva unidad irá cayendo en la medida que aumente el volumen de producción, esto, por factores externos a las propias empresas” (p.4).

## **Competencia Imperfecta**

Esta característica se puede identificar considerablemente en el mercado prácticamente se refiere cuando los vendedores tienen el control del mercado y puede llegar a afectar significativamente los precios de un producto siendo negativo y perjudicial en el mercado. Roldán (2019) menciona: “La competencia imperfecta es una situación en la que los vendedores individuales tienen la capacidad de afectar de manera significativa sobre el precio de mercado de sus productos o servicios.” (p.2).

La competencia imperfecta tiene características las cuales son importantes mencionar. Thompson (2016) afirma:

No hay libertad para que los nuevos oferentes entren al mercado, no existe plena movilidad de productos en el mercado, existe diferencia de productos, los vendedores pueden controlar de alguna manera los precios, la competencia se puede dar entre una o algunas empresas que quieren tomar el control de los precios. (p.25)

Mediante estas características se pueden identificar las dificultades que existen al querer competir con una competencia imperfecta, ya que las empresas que se encuentran ya posesionadas tienen un gran poder en el mercado.

Existen diferentes clases de competencias imperfectas “el monopolio se trata de una estructura de mercado en donde existe un único oferente que tiene el control total del mercado” (Roldán, 2016, p.4).

Además, existen diferentes distribuciones de mercados que son comunes y que ciertamente presentan un grado de control sobre el precio más reducido que el monopolio. Roldán (2016) afirma: “son el oligopolio y la competencia monopolística el primer caso existen unos pocos oferentes que venden productos homogéneos o diferenciados, en el segundo caso, existen muchos oferentes, pero que venden productos diferenciados” (p.5).

## **Comercio intraindustrial**

Prácticamente se refiere cuando entre países se realiza la importación o exportación de productos similares los cuales pertenecen a una misma industria. “El comercio que tiene lugar

entre las mismas industrias y como se explica ese comercio, ya no es por las ventajas comparativas, ahora es por las economías de escala conforme aumenta el tamaño del mercado mundial” (Estrada, 2016, p.51).

Este tipo de comercio genera grandes beneficios a los Estados de cada país y al conjunto de consumidores, ya que pueden gozar de ventajosas ofertas como por ejemplo una calidad de primera y precios relativamente bajos.

### **Comercio Interindustrial**

El denominador común de esta modalidad de intercambios comerciales es la ventaja comparativa, que se produce al reconocer que uno de los socios comerciales tiene un menor costo de oportunidad en la producción de un artículo que el que puede alcanzar el otro. Villa (2020) afirma:

Es el comercio de bienes o servicios pertenecientes a diferentes industrias que tiene lugar entre países distintos su razón de ser se concentra en la búsqueda de costes de oportunidad que impulsan a los diferentes países, industrias o empresas a especializarse en las áreas donde se tiene asegurado un coste de oportunidad bajo, primer paso para la comercialización de sus productos con éxito. (p.2)

### **Aplicación**

Lo que se busca es que las empresas del sector conozcan más acerca de la nueva teoría del comercio, esta teoría tiene en si varios temas muy importantes que aportarían al crecimiento de las empresas del sector textil, lo que se pretende es que las empresas textiles adopten nuevas maneras de producir y de esta manera hacer conocer sus productos a nivel nacional e internacional.

Es muy conveniente que las empresas textiles logren alcanzar una economía a escala de esta manera los costos de fabricación reducirían, y su producción aumentaría para de esa manera llegar hacer más competitivos en el mercado, sin embargo, para poder alcanzar una economía a escala las empresas deberían trabajar muy arduamente en tener una mayor especialización.

En las empresas un factor muy importante es la mano de obra, tener un minucioso control de inventario para así de una manera ordenada y rápida poder tener control de sus productos, así pueden realizar las entregas de sus productos justo al tiempo requerido del cliente optimizando tiempo y recursos.

Realizar compras al mayoreo permitirá tener contacto directo con los proveedores de las materias primas para lograr ser más eficientes en los procesos y obtener mayor eficacia en las instalaciones.

Es importante que aprovechar las oportunidades que pueden presentarse por parte del Estado a las empresas de dicho sector, para así en conjunto poder llegar a ser más competitivos y combatir frente a la competencia imperfecta, en el mercado del sector textil de la ciudad de Atuntaqui predomina la competencia imperfecta ya que casi todas las empresas se dedican a la fabricación de una misma línea de productos, y las empresas que diario innovan por ofertas nuevos productos no aplican la propiedad industrial lo cual les permite a los otros productores copiar sus prendas y vender a un precio inferior al que vende la empresa que creó ese producto, es así como a diario se identifica este problema, por ende generando conflictos entre empresas.

Este tipo de problemas que se generan en el mercado por la falta de conocimiento hace que se les dificulte posesionarse en el mercado nacional y aún más difícil es que sean conocidos en mercados internacionales, si las empresas deciden aplicar la propiedad industrial permitirá que aumenten los registros de marcas nacionales, logotipos, nombres comerciales, para así despertar mayor interés y atención en sus clientes y captar nuevos clientes aportando a que la copia de productos, marcas, logotipos, ciertamente disminuyan en dicho sector.

El comercio interindustrial dentro del sector textil también es fundamental ya que las empresas deberían dedicarse a producir lo que más especialización tienen y complementarse ya sea con mano de obra, materia prima o servicios importándolos desde otros países, para así ofertar productos elaborados y con un valor agregado a sus clientes y realizar exportaciones por todo el mundo.

### **2.2.2 Teoría de la Ventaja Competitiva**

Esta teoría nace fundamentalmente para que un país o una empresa trabaje más en el mejoramiento de la innovación y el cambio de sus métodos de fabricación para de esta manera llegar hacer más competitivos.

Esta teoría surgió en el año 1990 por su autor Michael Porter este autor es conocido como el más grande experto en hablar de competitividad y estrategias empresariales Porter (citado en Estrada, 2016) afirma que “la ventaja competitiva abarca todo un sistema de valores, lo que significa un conjunto de actividades que intervienen en la creación y usos de un producto” p.44).

La ventaja competitiva se enfoca en el mejoramiento para que de esta manera las empresas puedan ser más competitivas y ganar más mercados todos los empresarios deben tener como objetivo principal introducirse en nuevos mercados y que estos no sean solo nacionales sino internacionales Porter plantea tres estrategias básicas para poder convertirse una empresa competitiva estas son liderazgos de costos, diferenciación y enfoque de mercado.

#### **Liderazgo en costos**

En el mercado mundial existe mucha competencia las cual las empresas buscan ser más competitivas algunas empresas se enfocan en la estrategia de liderazgo de costos. Riquelme (2018) afirma:

Son aquellas estrategias con las que se ofertan productos similares a los de otras empresas a un costo menor, es decir, determinada empresa se plantea ser el productor de menor costo en su sector industrial a fin de logara una diferenciación. (p.3)

#### **Diferenciación**

Esta estrategia en si básicamente lo que pretende es que las empresas oferten productos nuevos e innovadores a sus clientes para así captar más la atención de sus clientes y potenciales clientes.

Una empresa se diferencia de sus compradores si puede ser única en algo que pueda ser valioso para los compradores. El grado en el que los competidores en un sector industrial puedan diferenciarse de los otros es un elemento importante en el sector industrial. (Porter, 1986, p.137)



## Enfoque de mercado

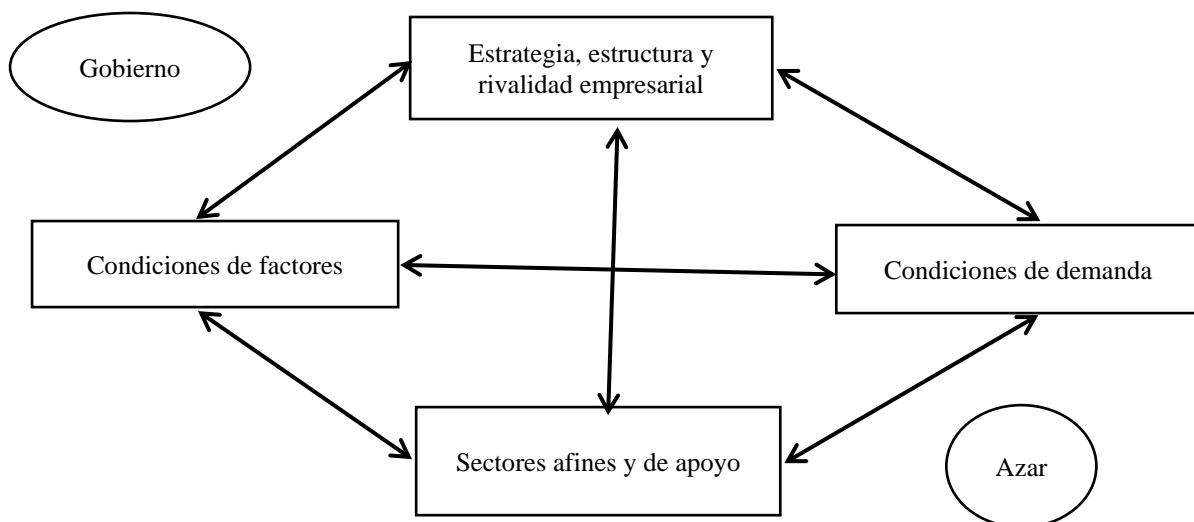
Esta estrategia es muy independiente de las otra ya mencionadas o puede ser complementaria. Berna (2018) afirma: “La estrategia de enfoque en mercados se basa en diseñar productos enfocados a mercados concretos de clientes con gustos muy específicos y que están dispuestos a pagar más por productos adaptados a sus necesidades” (p.19).

En una empresa la ventaja competitiva es lo que le hace diferente a la competencia ya sea en sus procesos o sean reflejados en el producto, pero el valor estará inmerso, por lo que el consumidor estará dispuesto a pagar por ese bien o servicio. Porter (1986) asegura:

La ventaja competitiva crece fundamentalmente debido al valor que una empresa es capaz de generar, el concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. (p. 37)

## Diamante de Porter

Morfeo (2014) menciona que “es un modelo el cual explica por qué una nación, sector, o empresa alcanza el éxito representa una importante contribución a la teoría de la ventaja competitiva” (p.3).



**Figura 1.** Componentes del diamante de Porter

**Fuente:** Morfeo (2014)

**Condiciones de los factores:** Se detallan o especifican todos los factores de producción con los cuales la empresa cuenta, por ejemplo, la mano de obra, materias primas, recursos económicos, infraestructura, estos factores son importantes ya que así se puede determinar qué tan competitiva puede llegar a ser la empresa en dicho sector.

**Condiciones de la demanda:** Es importante conocer a qué tipo de consumidor nos estamos dirigiendo, sus necesidades, gustos y preferencias que deseamos satisfacer.

**Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:** Hay que realizar un estudio minucioso de cuáles son mis principales competidores, para así crear estrategias de mercado, innovar sus productos, ofrecer una excelente calidad y tener siempre una mejora continua.

**Sectores afines y de apoyo:** Se refiere de manera directa a la presencia o ausencia en la nación de proveedores y sectores afines cuya interacción influye para que el sector sea internacionalmente competitivo.

**El gobierno:** Se refiere al Estado si este aporta de una manera significativa a la innovación e investigación en dicho sector.

**El azar:** Hace referencia a los imprevistos que se pueden presentar generando interrupciones anulando ventajas competitivas.

### Aplicación

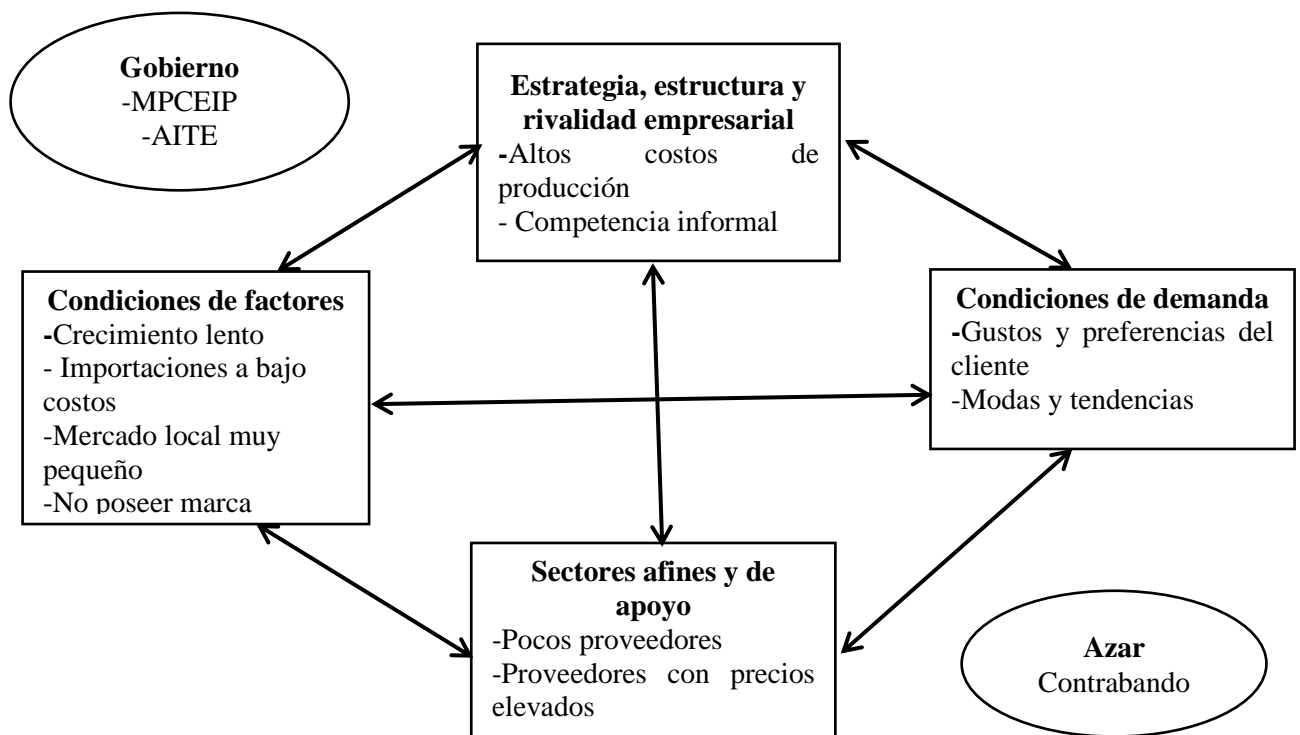
Lo que se pretende es que las empresas del sector conozcan de qué se trata la ventaja competitiva, de esa manera les permitirá que las empresas vayan mejorando su producción innovando, creando nuevos productos para así captar la atención de nuevos clientes.

Adoptando nuevos métodos de fabricación, utilizando materia prima de calidad y mano de obra muy capacitada de esta manera podrán ser más competitivos y generar más oportunidades de posicionarse en el mercado nacional e internacional.

Al aplicar esta teoría se podrá introducirse a nuevos mercados, la estrategia genérica aplicar en el sector textil es la diferenciación ya que lo que se busca es elaborar y vender productos que generen utilidades o beneficios a los fabricantes, pero a la vez exige a que los fabricantes sean más innovadores y ofrezcan productos con un alto valor agregado haciendo sentir a sus clientes satisfechos a tal punto que sus clientes consideren que sus productos son únicos y paguen el valor que sean necesario para poder adquirirlo.

Es decir que las empresas sean más competitivas ya sea en sus procesos o en el producto convirtiéndose en una empresa que pueda diferenciarse de sí misma ante la vista de los clientes y de la competencia lo importante también es operar a un costo menor que le generen mayores beneficios, es importante elaborar el modelo de diamante de Porter del sector textil ya que este modelo nos ayudara a entender él porque es importante que el sector textil sea más competitivo.

### Diamante de Porter Sector Textil Ciudad de Atuntaqui



**Figura 2.** Diamante de Porter sector textil ciudad de Atuntaqui  
**Fuente:** AITE (2019)

**Condiciones de los factores:** En este factor en cuanto se refiere al sector textil de la ciudad de Atuntaqui se puede decir que no es tan competitivo.

El crecimiento es muy lento para lo cual es importante fomentar capacitaciones y asistencia técnica especializada para potencializar las destrezas del talento humano, además existen problemas en la adquisición de materias primas ya que son costosas en el mercado nacional a comparación del mercado internacional generándose así el contrabando, existen una variedad de productos importados con precios más baratos que la producción nacional y la falta de fomento a exportaciones de productos textiles el mercado locales muy pequeño y ofrecen productos similares además de no tener una marca registrada. (AITE, 2019, p.2)

**Condiciones de la demanda:** El sector textil se dirige a toda la población ya que todos necesitamos de prendas de vestir, sin embargo, sus clientes son muy exigentes con la moda, lo cual obliga a dicho sector a estar en constante innovación y al día con la moda.

**Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:** Los principales problemas que enfrenta el sector es los altos costos de producción (energía eléctrica, combustible, mano de obra) lo que ha obligado a las empresas reducir los precios de sus productos para así competir con las empresas importadoras que registran menores precios, otro de los problemas es que existe mucha competencia informal muchos productos similares a menos precio.

**Sectores afines y de apoyo:** Si existen proveedores de materias primas sin embargo los costos de sus productos son muy costosos y exagerados.

**El gobierno:** El gobierno a través del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca.

Se compromete a realizar ferias permanentes de comercialización a nivel nacional y crear las condiciones favorables normativas para capturar mercados internacionales, además de diseñar y ejecutar un plan que permita incrementar la productividad con empresas textiles y provenientes de Pichincha, Imbabura, Tungurahua y Guayas. (AITE, 2017, p.10)

El gobierno apoya al sector en donde se ejecutan planes de trabajo por ejemplo compras públicas el cual se refiere a fortalecer el componente ecuatoriano en los productos que adquiere el Estado con el fin de ofertar producción textil nacional ha empresas públicas, otro plan a ejecutar esta los reglamentos técnicos el cual trata de que los productos nacionales mantendrán

su origen en las etiquetas y el control minucioso del contrabando que afecta a la producción nacional.

**El azar:** Los imprevistos que se pueden presentar en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui es el contrabando de materia prima o de productos ya elaborados ya que afecta a la producción nacional en los precios del mercado.

### **2.2.3 Teoría de la Propiedad**

La propiedad intelectual se divide en saber y saber hacer, que pueden dar lugar a publicaciones o patentes, las patentes son un reconocimiento legal internacional de la propiedad del saber, para ser patentable, una idea debe ser nueva, en la mayoría de los casos, la industria no tiene interés en mantener directamente las patentes por lo que la propiedad intelectual suele quedarse solo en papeles.

La propiedad industrial se puede aplicar a varios sectores productivos por lo cual, en el caso ideal, se puede lograr varias licencias de explotación comercial de la misma tecnología con varias industrias.

Esta teoría fue propuesta por John Locke, jugando un rol fundamental en los orígenes de la propiedad intelectual, donde proclama la existencia del “bien común”, analizando el cómo los seres humanos alcanzan los derechos de propiedad sobre la producción del intelecto, basada en la ideología de que nadie tiene dominio particular salvo su propio cuerpo”. (Stengel, 2015, p, 79).

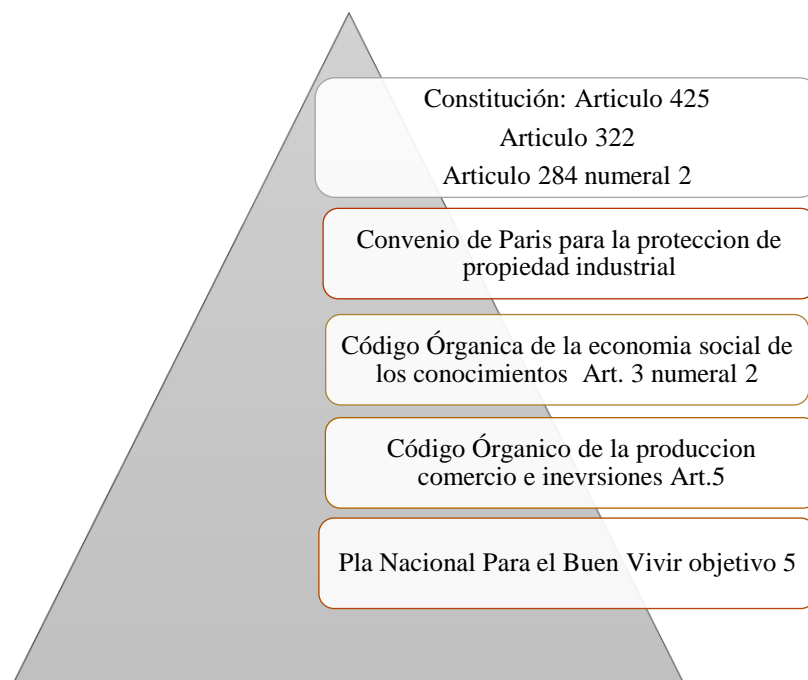
Según varios autores coinciden que no existe aún una teoría general de Propiedad Intelectual, y que sus orígenes se fundamentan principalmente en tres núcleos: la filosofía, el derecho y la economía, por un lado el núcleo filosófico explica como la propiedad debe estar vinculada con la inmaterialidad de las ideas, el núcleo económico al ser el más sofisticado brinda un escenario de análisis, a través de instituciones que evalúan la eficiencia de los diversos mecanismos de protección así como la creación de políticas de cumplimiento en función del beneficio y desarrollo social.. (Álvarez, Salazar y Padilla, 2014, p, 68).

Esta investigación aportara en el tema de estudio ya que menciona como la tecnología es gran influyente dentro de un sector y un proceso de investigación donde su principal interés es proteger sus conocimientos por medio de la propiedad intelectual.

Garantizar que se influya en el sector que se trabaja más acerca de innovación originalidad que de esta manera les permita obtener patentes y beneficiarse de una u otra forma de sus inventos y que estos sean registrados.

### 2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la presente investigación se apoyará bibliográficamente en la pirámide de Kelsen donde se proporcionará el sustento legal tomando en cuenta la Constitución del Ecuador, en convenio de Paris, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) y el Plan Nacional de Desarrollo.



**Figura 3.** Fundamentación legal  
**Fuente:** Investigación Propia

Constitución del Ecuador (2008) menciona el articulo 425

El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La constitución, los tratados y convenio internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los acuerdos y resoluciones; y los demás actos y decisiones del poder público. (p.121)

Nos menciona el orden a considerar a momento de realizar la base legal.

Constitución del Ecuador (2008) menciona el artículo 322: “ Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales” (p.96).

Es decir, se considera este artículo de la constitución importante ya que habla acerca de la propiedad intelectual y la garantía que el Estado ofrece a los creadores de inventos.

En la constitución menciona en el artículo 284 numeral 2 “incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico” (Constitución del Ecuador, 2008, p.88).

Es muy importante que el Estado incentive la producción y productividad nacional utilizando estrategias que deben estar enmarcadas para impulsar el desarrollo social y económico del país.

El Convenio de Paris para la protección de la propiedad industrial se aplica a la propiedad industrial en su acepción más amplia, con inclusión de las patentes, las marcas, los dibujos y modelos industriales, los modelos de utilidad, las marcas de servicio, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas y a la represión de la competencia desleal. (Paris, 2015, p.3)

El convenio de París buscar proteger la propiedad industrial y sus categorías para así evitar que existan copias que perjudican directamente a sus creadores.

Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (2016) en el artículo 3 literal 2 menciona: “Promover el desarrollo de la ciencia, la tecnología, la innovación y la creatividad para satisfacer las necesidades y efectivizar el ejercicio de los derechos de las personas” (p.5).

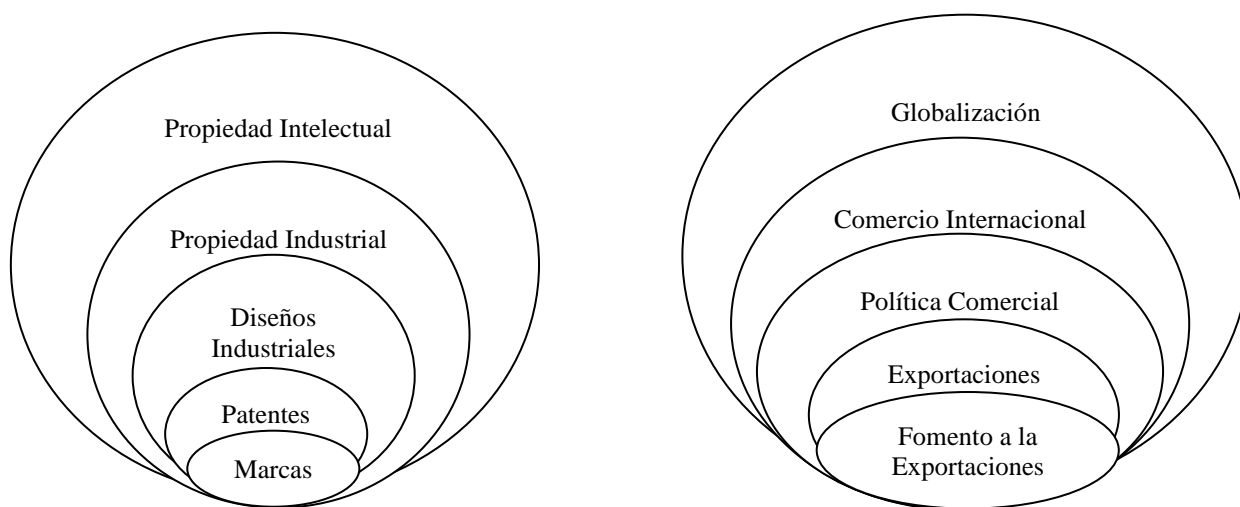
De esa manera despertar un interés acerca de la innovación y creación de nuevos productos marca, patentes o diseños industriales y conocer de los beneficios que pueden obtener al aplicarlas.

Dentro del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2018) afirma en el artículo 5:

El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. (p.5)

En el Plan Nacional para el Buen Vivir (2017) menciona el objetivo 5: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (p.80).

## 2.4 Fundamentación Conceptual



**Figura 4.** Variable

**Fuente:** Elaboración propia

La industria textil en el Ecuador tiene un eje importante dentro de la economía nacional; para la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador.

La industria textil y de confección es: “un sector fundamental para el desarrollo social, productivo y económico del país, su importancia indica en la generación de empleo directo e indirecto, donde se ubica como la segunda manufacturera en ofrecer más plazas de empleo para los ecuatorianos. (AITE, 2016, p.1)

Las provincias que mayor participación tienen dentro de este sector son Pichincha, Azuay, Tungurahua, Imbabura y el Guayas.



Con el paso del tiempo la industrialización y globalización ha ido creciendo a pasos gigantescos las empresas han tenido que ir dejando los procesos empíricos por adoptar procesos más industrializados y tecnificados se han visto obligados a implementar nuevas tecnologías, especializarse más en la mano de obra y capacitar más a sus trabajadores, esto permitirá mejoras sus procesos de producción, su calidad y acabados para así ser más competitivos.

Realizando un análisis de dicho sector se identifica que aporta mucho al desarrollo económico del país. “El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos”. (AITE,2016, p.3)

Hay que destacar que uno de los sectores más productivos en el tema de la actividad textil en la Sierra y del país es la provincia de Imbabura. Ortega (2020) afirma:

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textil en la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles. (p.6)

Con respecto a lo antes mencionado, es importante destacar que el sector textil genera grandes beneficios al país, la provincia de Imbabura se destaca ya que es allí donde más productores de textiles se encuentran.

Al aplicar la propiedad industrial esta protege las creaciones de la mente otorga al autor o creador de dicha obra o producto como titular de la creación o innovación Braganza (2017) afirma “La propiedad industrial protege además los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes, de los productores” (p 1.).

El sector textil de la ciudad de Atuntaqui contribuye de una manera positiva al país por ello es necesario tomar en cuenta que dentro de la propiedad intelectual existen categorías que benefician de cierta manera a los empresarios es decir la propiedad industrial es una de ellas la cual WIMPO (2016) menciona: “La protección tiene por finalidad impedir toda utilización no

autorizada de dichos signos, que pueda inducir a error a los consumidores, así como toda práctica que induzca a error en general”(p.4).

La propiedad industrial abarca varios factores como los diseños industriales los cuales se refieren Pricipios Basico de la Propiedad Industrial (2016) se refieren “ a aspectos ornamentales y estéticos de un artículo, incluidas las composiciones de líneas o colores en formas tridimensionales que otorgan una apariencia especial a un producto u obra de artesanía. El diseño debe ser atractivo estéticamente” (p11).

Las patentes son protecciones de una invencion es decir otorga al creador o autor como legitimos dueños de dicho producto o servicio para asi impedir a terceros que lo copienn, la marca es un signo distintivos la principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos de una empresa frente al resto de competidores es decir le da la identidad al producto. Lo que se pretende conseguir es que las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui registren sus marcas de tal manera que esta sea reconocida en el mercado y tengan mayor beneficios y que su marca sea reconocida a nivel nacional e internacional ya que a medida que el tiempo ha ido evolucionando la globalización va incrementando a pasos gigantescos la globalización es un termino complejo de definir ya que se relaciones internacionales de muchos tipos comerciales, políticas, sociales, culturales van desapareciendo fronteras los mercados nacionales dejan de ser referencia para una actividad.

Fanjul (2016) define a la globalización como “el proceso por el cual se hallan crecientemente integradas las economías del mundo, en particular a través del comercio y los flujos financieros, pero también a través de movimientos de personas y conocimientos” (p.5).

A medida que la globalización avanza el comercio internacional va aumentan y siendo más grande todo el mundo necesita de comercio con el fin de cubrir las necesidades del mercado tanto internas como externas y para que este se pueda realizar hay que tomar en cuenta la política comercial ya que esta permite manejar el conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo.

Fomentar a las exportaciones en el sector textil es uno de los retos que constantemente se realizar a pesar de que el sector textil sea bastante grande y genera grandes beneficios al país al

exportar más sus productos la producción nacional crecerá llegando a nuevos mercados convirtiéndose competitivos entregando productos de calidad y a un precio justo.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque**

##### **3.1.1.1. Enfoque cualitativo**

Los estudios cualitativos son investigaciones intensivas a muy pequeña escala, en las cuales se explora la experiencia cotidiana de la gente y sus comunidades en diferentes tiempos y espacios” (Cadena et al. 2017, p.5).

En la presente investigación se utilizara enfoque cualitativo ya que se aplica la entrevista y una ficha de observación para determinar cuántas empresas conocen acerca de la propiedad industrial y cuantas de estas la aplican en el sector textil, se utilizara la plataforma COBUS GROUP para extraer datos de exportaciones e importaciones para realizar un análisis comparativo, la plataforma TRADE MAP permitirá realizar un análisis de la demandad de los productos y elegir a los países para realizar un matriz POAM la cual permitirá elegir el país más óptimo para la exportación de textiles.

##### **3.1.1.2. Enfoque cuantitativo**

Sampieri (2017) afirma:

El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos secuencial y probatorio cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.  
(p.4)

Se utilizará el enfoque cuantitativo ya que se realiza la recolección de datos estadísticos, numéricos para determinar la demanda de los productos textiles, se recopilan datos sociales, económicos, políticos, legales, geográficos, tecnológicos.

### **3.1.2. Tipo de Investigación**

#### **3.1.2.1 Investigación Documental**

“La investigación documental, lo que hace es recopilar datos de diferentes medios como diarios, bibliografías, vídeos, audios y cualquier otro tipo de documento El objetivo de esto es analizarlos para aportar nuevo conocimiento sobre el tema que se quiere investigar” (Arias, 2019 párr.3).

Se utilizará la investigación documental ya que para poder iniciar la investigación primero se ha recurrido a la revisión de diferentes artículos o documentos que ha podido dar claridad para poder continuar con la investigación y dar inicio al tema.

#### **3.1.2.2 Investigación descriptiva**

“Los estudios descriptivos permiten desarrollar situaciones y eventos es decir como es y cómo se manifiestan determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (Sampieri, 2017, p. 60)

La investigación descriptiva permite recolectar información del problema de investigación utilizando técnicas como la observación, entrevistas, encuestas etc., en si este tipo de investigación lo que intenta es describir el caso de estudio mas no explicarlos y responderse preguntas tales como por qué sucede dicho problema.

En la presente investigación se utilizará la investigación descriptiva ya que para poder recolectar información del problema se recurrirá a utilizar técnicas como la ficha de observación la cual se realizará en la ciudad de Atuntaqui a ciertas empresas que operan en la ciudad, la entrevista la cual se realizara a los empresarios de dichas empresas y al presidente de la cámara de comercio de la ciudad de Atuntaqui.

### **3.2. IDEA A DEFENDER**

La aplicación de la propiedad industrial en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui genera beneficios para el fomento a las exportaciones.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1 Operacionalización de variable independiente

<b>Hipótesis o idea a defender: La aplicación de la propiedad industrial en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui generan beneficios para el fomento a las exportaciones</b>							
<b>Variable Independiente: Propiedad Industrial</b>							
<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>		
<b>Dentro de la protección intelectual es necesario saber los objetos que están dentro de esta consisten en signos que transmiten información al consumidor en relación con los productos o servicios del mercado es importante conocer la ley y que ampara a la propiedad industrial</b>	Patentes, marcas, diseños industriales	N.º de patentes registradas en el sector textil Cantón Atuntaqui	¿Es importantes que las empresas se interesen por obtener una patente es sus productos?	Observación	Ficha de observación		
			¿Al patentizar sus productos se reduciría la copia que abunda en el mercado?	Observación	Ficha de observación		
			¿Las empresas tienen marcas llamativas que captan al cliente tan solo con verlas?				
	Ley	N.º de marcas que están establecidas en el sector textil Cantón Atuntaqui	OMPI	¿Cuáles son los requisitos que deben tener las empresas para poder solicitar una patente?	Observación	Ficha de observación	
				¿Cuáles el tiempo de duración de una patente o una marca?	Documental	Ficha bibliográfica	
				¿Es importante que se realicen capacitaciones a los empresarios para de esa manera incentivarlos a que obtengan una marca o patente?			
Sector industrial textil	N.º de empresas del Cantón Atuntaqui		¿Cuántas empresas existen en el Cantón Atuntaqui? ¿Son importantes las empresas en la economía del país? ¿Todas empresas tienen nombres comerciales? ¿Alguna de las empresas del Cantón Atuntaqui han realizado exportaciones?	Observación	Ficha de observación		

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 2** Operacionalización de variable dependiente

<b>Hipótesis o idea a defender: La aplicación de la propiedad industrial en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui generan beneficios para el fomento a las exportaciones</b>							
<b>Variable Dependiente: Fomento a las exportaciones</b>							
<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>		
<b>Al hablar de sustituciones de importaciones tiene como objetivo que la producción nacional aumente dejando de ser dependientes de los países del exterior incrementando la producción nacional e incentivando a la innovación y creatividad en las empresas.</b>	Desarrollo tecnológico	N.º de empresas que trabajan por mejorar su proceso productivo	¿Es necesario que las empresas se preocupen por mejorar sus procesos productivos?	Observación	Ficha de observación		
			¿La mejora de procesos productivos hará más competitivas a las empresas?	Observación	Ficha de observación		
		N.º de empresa usan de forma eficiente sus recursos	¿Las empresas deberían usar de una manera muy eficiente los recursos de la empresa?				
			¿Los recursos dentro de una empresa son importantes?				
	Transformación Productiva	Tecnología	¿Los niveles socioeconómicos también son un factor de la matriz productiva?				
			¿Conocer más de tecnología ayuda a que la matriz productiva aumente?	Documental	Ficha bibliográfica		
		Sociedad	¿Esta incentiva a que la producción nacional aumente?				
			¿Es importantes que las empresas utilicen tecnología de punta para tecnificar sus procesos?				
	Innovación	Grado de introducción de innovaciones.	Tipos de innovaciones.	¿La innovación es un factor importante en la producción textil?	Observación	Ficha de Observación	
				¿Existen dificultades en el momento de innovar?	Entrevista	Cuestionario	
			¿Los dueños de las empresas deberían incentivar a sus trabajadores a generar ideas nuevas en la producción?				

---

Dificultades para  
introducir  
innovaciones.  
Investigación y  
desarrollo.

---

**Fuente:** Elaboración Propia

## **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

### **3.4.1 Métodos**

#### **3.4.1.1 Método Analítico**

Este método descompone una idea Rodríguez (2019) define:

Es una forma de estudio que implica habilidades como el pensamiento crítico y la evaluación de hechos e información relativa a la investigación que se está llevando a cabo la idea es encontrar los elementos principales detrás del tema que se está analizando para comprenderlo en profundidad. (párr.4)

El método analítico se utilizó en la investigación ya que mediante este se pudo verificar las respuestas de cada uno de los entrevistados y de las fichas de observación realizadas con los datos estadísticos extraídos de COBUS GROUP y que en conjunto aportaran a la discusión del trabajo.

#### **3.4.1.2 Teoría Fundamentada**

“Es una metodología que tiene por objeto construir teorías, hipótesis y proposiciones partiendo directamente de los datos obtenidos en el campo de estudio, y no de supuestos a priori de otras investigaciones o de marcos teóricos existentes”. (Cuñat, 2016,p.1)

La teoría se aplica ya que esta aborda la investigación cualitativa y usa herramientas como la entrevista y la ficha de observación, mediante la aplicación de la teoría permitiera determinar los criterios de los entrevistados como se muestra en la tabla 17, los criterios posteriormente fueron utilizados para aplicar el método de Kendall teniendo un aporte muy importante para el análisis de datos cualitativos de la investigación.

#### **3.4.1.3 Coeficiente de Concordancia Estadístico de Kendall**

Para la elaboración de la investigación se considera datos estadísticos que permiten localizar información relevante acerca del tema de estudio como el sector textil de Atuntaqui las empresas que se encuentran registradas en el departamento de gestión de desarrollo de Atuntaqui, datos



extraídos de COBUS GROUP exportaciones e importaciones de los principales productos que mas se comercializan.

En base a la operalización de variables, se realiza la estructura de la entrevista que se aplico a propietarios de empresas del sector, para poder analizar la entrevista aplicada, se uso el coeficiente de Kendall mismo que permitio determinar la concordancia de las variables objetos de estudio.

Morales (2016) define:

El Coeficiente de Concordancia estadístico de Kendall (W), posibilita decidir el nivel de concordancia entre expertos. El valor de W oscila entre 0 y 1. El valor de 1 significa una concordancia total y el valor de 0 un desacuerdo total. (p,3)

### **3.4.2 Técnicas e instrumentos de Investigación**

#### **3.4.2.1 Entrevista**

Esta técnica permite tener una comunicación directa con un experto o una persona que se encuentre directamente vinculada acerca del tema de estudio del cual se está estudiando.

Existen varias ventajas al momento de utilizar este tipo de técnica ya que permite obtener información más completa y directa de esta manera se pueden aclarar los objetivos del estudio, en el presente trabajo se entrevistará a 5 propietarios de las empresas que operen en la ciudad, Anita Dávila propietaria de Anitex, Bryan Flores encargado de la empresa AstroSport, Brayan López propietario de la empresa Bell Screen, María Posso encargada de la empresa Texti RODAL y finalmente al Sr. Carlos Fernández administrador de la empresa Carlex.

La entrevista se aplicará a las empresas antes mencionadas ya que se tiene mayor acceso a la información y están dispuestas a contribuir con la información con el fin de recolectar la información más relevante y poder realizar el estudio de investigación.

#### **3.4.2.1 Observación**

Al utilizar este tipo de técnica permite realizar un registro visual de lo que ocurre en situación real del tema de estudio y de esta manera obtener datos cualitativos y cuantitativos y observar de una manera directa el tema de estudio.

Esta técnica se aplicará en la ciudad de Atuntaqui a las empresas textiles para de esta manera poder obtener los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación.

### 3.4.3 Población y muestra

#### 3.4.3.1 Muestreo no probabilístico

“Este método no realiza procedimientos de selección al azar, sino que se basan en el juicio personal del investigador para realizar la selección de los elementos que pertenecerán a la muestra” (Vázquez, 2017, p.9).

#### 3.4.3.2 Por conveniencia

“Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos” (Otzen y Manterola, 2017, p. 230).

Para la presente investigación se consideró un muestreo no probabilístico por conveniencia debido a su bajo costo y porque es rápido de plantear este tipo de muestreo permite clasificar a las empresas más representativas de la ciudad de Atuntaqui.

### 3.4.4 Población

La población de estudio son las empresas que se encuentran registradas en el departamento de gestión de desarrollo en la fábrica Imbabura de la ciudad de Atuntaqui.

**Tabla 3** Empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui

Razón Social	Nombre Comercial	Ciudad
Bolaños Jaramillo Ana Bertha	Any Printex	Atuntaqui
Bolaños Chavarrea Fausto Rene	Tejidos Markos	Atuntaqui
Oscar López	Bell Screm	Atuntaqui
Calderón Rúaless Edison Abdón	Tejidos Felipe	Atuntaqui
Cevallos Alomia Piedad Alejandrina	Texti RODAL	Atuntaqui
Compandaes S. A	Compandaes S. A	Atuntaqui
Bayardo Montalvo	Compañía SIBAFE S. A	Atuntaqui
Dávila Martínez CIA.LTDA	ANITEX	Atuntaqui
Escobar León Victoria Isabel	Confecciones TOYTEX	Atuntaqui
Esteves Villegas	Artica Textil	Atuntaqui
Nelly Narcisa Flores Sánchez	AstroSport	Atuntaqui
Karmam Espinosa Paredes CIA.LTDA	KARMAM CIA.LTDA	Atuntaqui
Lima Maigua Marco Humberto	Lima Maigua Marco Humberto	Atuntaqui

Montalvo Zarzosa Bayardo Roberto	Carlex	Atuntaqui
Paredes Beltrán Galo Bolívar	ZAKO'S	Atuntaqui
Paredes Beltrán Pablo Gustavo	D'LORE SWEATERS	Atuntaqui
Ruiz Zumárraga Ángel Fabian	Paraheliz Tejidos y Confecciones Sweaters	Atuntaqui
Pérez Arturo	Tejidos Doré	Atuntaqui
Nortextil S. A	Nortextil	Atuntaqui
Manangón David	Tejidos Steffy	Atuntaqui
Cadena Martínez Germán	Almacén Elán	Atuntaqui
Derick	Derick	Atuntaqui

**Fuente:** Fabrica de Imbabura Departamento de Gestión de Desarrollo

### 3.4.3 Muestra

#### Por conveniencia

Es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador estas muestras se seleccionan solo porque son fáciles de reclutar y porque el investigador no consideró seleccionar una muestra que represente a toda la población. (QuestionPro, 2020, p.5)

Se utilizará este tipo de muestreo ya que se realizará la entrevista a las empresas que constan en la base de datos del departamento de gestión de desarrollo de la fábrica Imbabura de la ciudad de Atuntaqui a continuación se detallan la empresa en donde se realizaran la entrevista y la ficha de observación , se ha elegido a estas empresas ya que se tienen mayor facilidades y acceso a su información y están comprometidas aportar con información relevante para el tema del cual se está realizando la investigación.

**Tabla 4.** Empresas que se aplicó la entrevista

Nombre	Empresa	Ciudad	Email
Sra. María Posso	Texti Rodal	Atuntaqui	texti.rodal@gmail.com
Ing. Bryan Flores	AstroSport	Atuntaqui	bryanflow@hotmail.es
Sr. Brayan López	Bell Screm	Atuntaqui	bellscrem@hotmail.com
Ing. Anita Dávila	Anitex	Atuntaqui	anitex.ecuador@gmail.com
Sr. Carlos Fernández	Carlex	Atuntaqui	carlex_atuntaqui@hotmail.com

**Fuente:** Investigación Descriptiva

#### 3.5.1. Posición Arancelaria

Es importante conocer las clasificación y posicionamiento en el arancel de las principales prendas que el sector textil confecciona de esta manera podres indagar de mejor manera cuales de estas prendas son mayormente exportadas a mercados internacionales.

**Tabla 5.** Posición Arancelaria de los principales productos de exportación

Arancel	Detalle
Sección XI	Materiales textiles y sus manufacturas
Capítulo 61	Prendas y complementos de vestir de punto.
Partida Arancelaria	6109 T-shirts y camisetas, de punto
Subpartida	6109.10.00.00 de algodón
Partida Arancelaria	6110 suéteres (jerseys), pulóveres, cárdigan, chalecos y artículos similares, de punto.
Subpartida	6110.11.10.00 suéteres
Capítulo 62	Prendas y complementos (accesorios) de vestir, excepto los de punto
Partida Arancelaria	6211 conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte (chándales), monos (overoles) y conjuntos de esquí y bañadores; las demás prendas de vestir
Subpartida	6211.32.00 de las demás prendas de vestir para hombres y niños
Subpartida	6211.39.90 De las demás prendas de vestir para mujeres y niñas

**Fuente:** Comité de Comercio Exterior (COMEX, 2019)

### 3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

La ciudad de Atuntaqui es destacada por su industria textil, la cabecera cantonal del Cantón Antonio Ante es considerada el centro industrial de la moda, se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, tiene una superficie de 79km<sup>2</sup> y está conformada por dos parroquias urbanas Atuntaqui y Andrade Marian y 4 rurales San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya.



**Figura 5.** Mapa del Cantón Antonio Ante  
**Fuente:** EcuRed (2017)

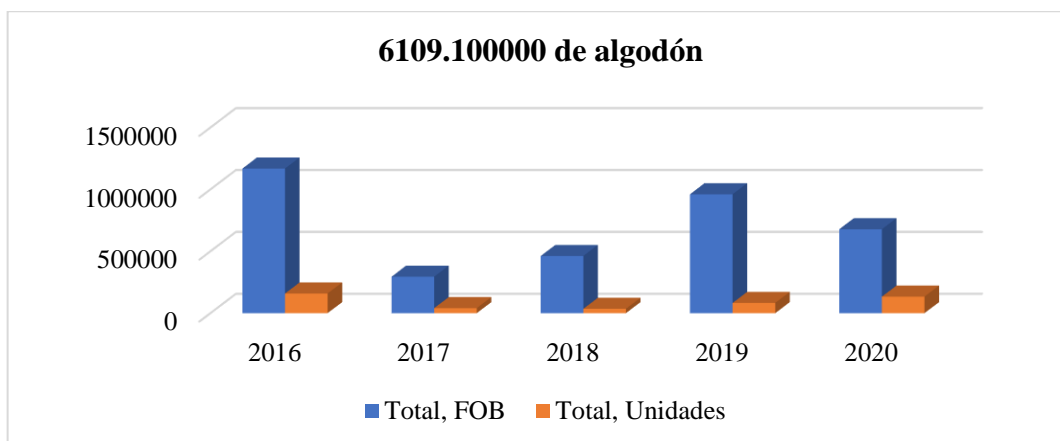
### 3.5.1 Exportaciones de los principales productos que se comercializan en la ciudad de Atuntaqui

A continuación, se detallan los valores de los principales productos que se comercializan en la ciudad de Atuntaqui.

**Tabla 6.**Exportaciones de la partida arancelaria 6109.100000

6109 T- shirts y camisetas de punto				
6109.100000 de algodón				
Año	Período	Total, FOB	Total, Unidades	
2016	1	1168312,15	158766	
2017	2	294466,84	40503	
2018	3	461665,96	35066	
2019	4	960403,6	82570	
2020	5	677645,66	133243	

**Fuente:** Cobus Group



**Figura 6.** Exportaciones de la partida arancelaria 6109.100000

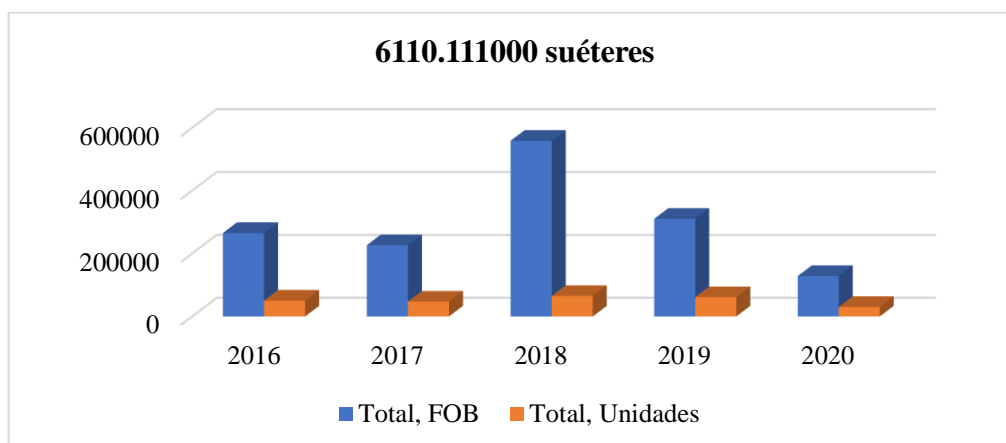
**Fuente:** Cobus Group

Las exportaciones de t-shirts camisetas de algodón que representa la partida arancelaria 6109,100000 en los periodos 2016 – 2023 representa una tendencia de disminución el 2016 representa un valor FOB DE 1168312,15, en el año 2017 las exportaciones disminuyen en un 74%, en el año 2018 las exportaciones aumentan en un 36,22%, en el año 2019 las exportaciones siguen aumentando en un 51,93, en el año 2020 las exportaciones disminuyeron en un 29,44%.

**Tabla 7.** Exportaciones de la partida arancelaria 6110.111000

6110.111000 suéteres				
Año	Período	Total, FOB	Total, Unidades	
2016	1	265393,08	50437	
2017	2	226487,96	47108	
2018	3	558603,9	65189	
2019	4	310627,69	61311,53	
2020	5	128433,53	30069	

**Fuente:** Cobus Group



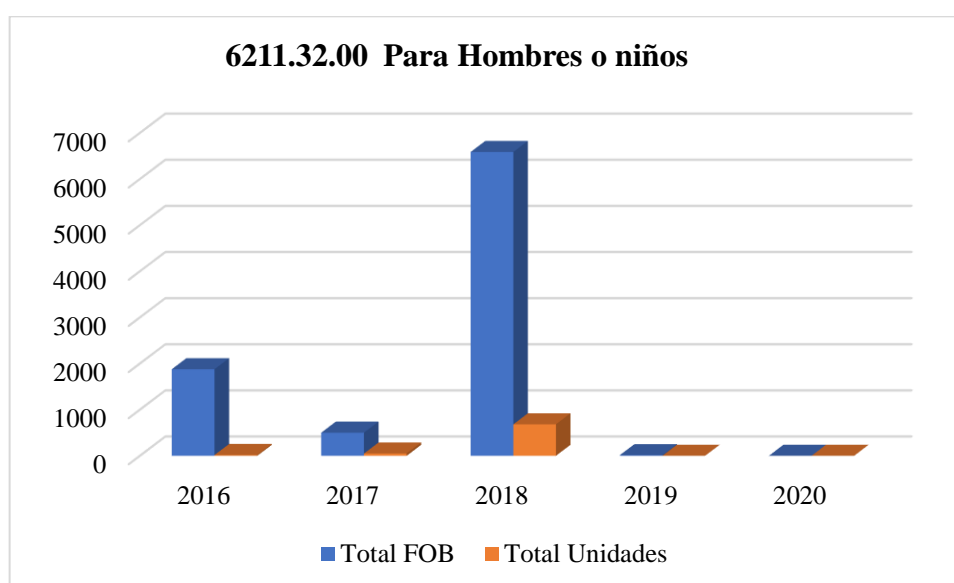
**Figura 7.** Exportaciones de la partida arancelaria 6110.111000  
**Fuente:** Cobus Group

Las exportaciones de suéteres los cuales se representa con la partida arancelaria 6110.111000 representa una tendencia de aumento es decir según los datos extraídos del Cobus Group en el año 2016 el valor FOB es de 265393,08, en el año 2017 existe una disminución del 14,66%, en el año 2018 las exportaciones aumentaron en un 59,45%, en el año 2019 las exportaciones vuelven a disminuir en un 44,39%, en el año 2020 las exportaciones disminuyen en un 58,65%, 8,55%.

**Tabla 8.** Exportaciones de la partida arancelaria 6211.32.00

<b>6211.32.00 Para hombres o niños</b>			
<b>Año</b>	<b>Total, FOB</b>	<b>Total, Unidades</b>	
2016	1877,86		18
2017	502,1		50
2018	6586,71		684
2019	14,55		2
2020	0		0

**Fuente:** Cobus Group

**Figura 8.** Exportaciones de la partida arancelaria 6211.32.00.00

**Fuente:** Cobus Group

Las exportaciones de calentadores para hombres o niños la cual se representa con la partida arancelaria 6211.32.00 en el año 2016 representa un valor FOB de 1877,86, en el año 2017 las exportaciones disminuyeron en un 73,26% en el año 2018 existe un aumento de un 92,38% de las exportaciones del producto, en el año 2019 existe una disminución de un 99,78%, en el año 2020 no se registran exportaciones según datos del COBUS GROUP lo cual es realmente preocupante para la economía de las empresas textiles.

**Tabla 9.** Exportaciones de la partida arancelaria 6211.39.90

<b>6211.39.90 Para mujeres o niñas</b>				
<b>Año</b>	<b>Período</b>	<b>Total, FOB</b>	<b>Total, Unidades</b>	
2016	1	4170,62		333
2017	2	3923,69		289
2018	3	4558		1554
2019	4	1084,3		159

2020	5	1836,45	1743
------	---	---------	------

Fuente: Cobus Group

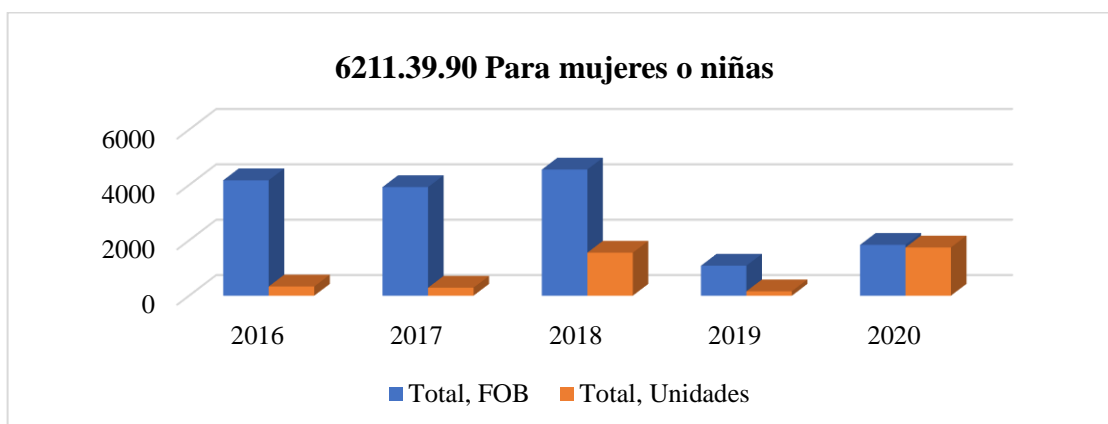


Figura 9. Exportaciones de la partida arancelaria 6211.39.90

Fuente: Cobus Group

Las exportaciones de calentadores para mujeres o niñas la cual se representa con la partida arancelaria 6211.12.00.00 según los datos extraídos del COBUS GROUP en el año 2016 representa un valor FOB de 4170,62, en el año 2017 las exportaciones disminuyen en un 5,92%, en el año 2018 las exportaciones aumentan en un 13,92% en el año 2019 las exportaciones disminuyen en un 76,21%, en el año 2020 las exportaciones aumentan en un 40,95.

### 3.5.2 Importaciones de los principales productos que se comercializan en la ciudad de Atuntaqui

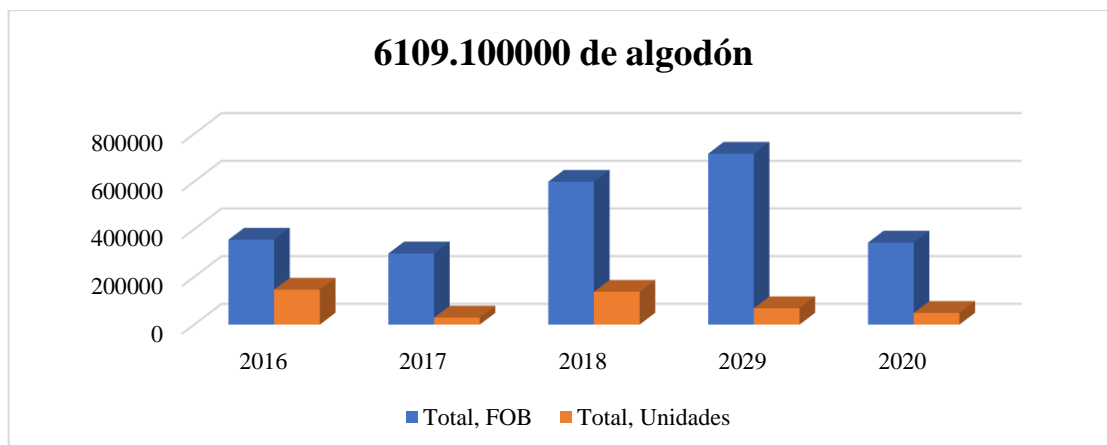
Es importante también revisar los datos que registra COBUS GROUP en cuanto se refieren a las importaciones de los productos que se están analizando para de esa manera poder identificar si existen mayores exportaciones o importaciones de dichos productos

Tabla 10. Importaciones de la partida arancelaria 6109.100000

6109 T- shirts y camisetas de punto				
6109.100000 de algodón				
Año	Período		Total, FOB	Total, Unidades
2016	1		356166,69	146586
2017	2		298053,39	29111
2018	3		598942,02	137559
2019	4		716549,99	68661
2020	5		343945,63	48997

Fuente: Cobus Group





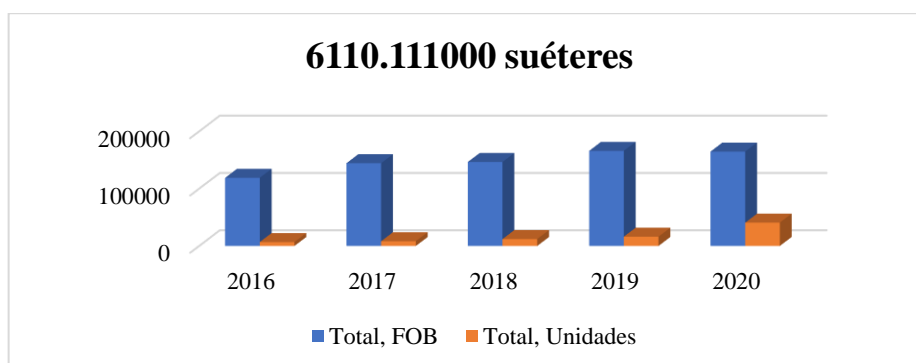
**Figura 10.** Importaciones de la partida arancelaria 6109.10.00.00  
**Fuente:** Cobus Group

Las importaciones de t-shirts camisetas de algodón que representa la partida arancelaria 6109,10.00.00 en los periodos 2016 – 2023 en el año 2016 representa un valor de 356166,69, en el año 2017 una disminución del 16,31%, en el año 2018 las importaciones aumentan en un 50,24%, en el año 2019 las importaciones aumentan 16,41% en el año 2020 disminuyen en un 52%.

**Tabla 11.** Importaciones de la partida arancelaria 6110.111000

6110.111000 suéteres				
Año	Período	Total, FOB		Total, Unidades
2016	1	118911,78		6905,35
2017	2	144443,59		8330
2018	3	146556,43		12023
2019	4	166017,22		16244
2020	5	164694,65		40692

**Fuente:** Cobus Group



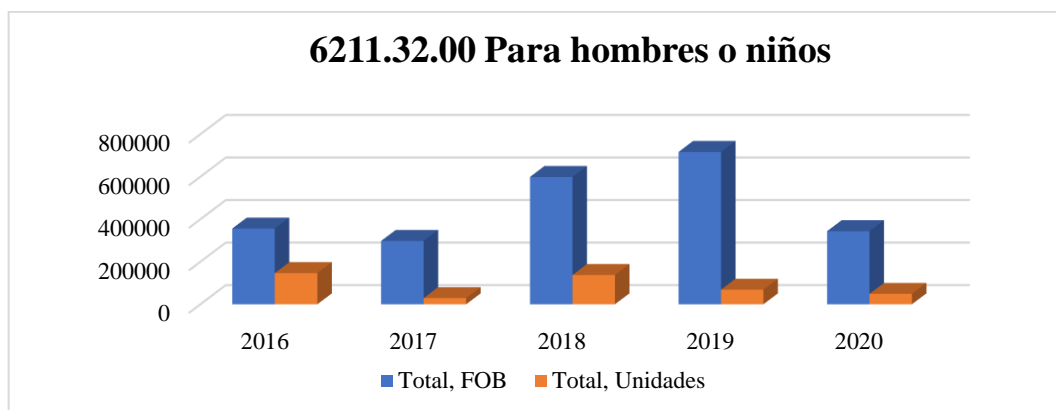
**Figura 11.** Importaciones de la partida arancelaria 6110.111000  
**Fuente:** Cobus Group

Según datos extraídos del COBUS GROUP las importaciones de suéteres identificados con la partida arancelaria 6110.111000 en el año 2016 se importa un valor FOB de 118911,78, en el año 2017 aumentan las exportaciones en un 17,68%, en el año 2018 el aumento de importaciones es un 0,98%, en el año 2019 el incremento de las importaciones es de 11,72%, sin embargo, en el 2020 las importaciones disminuyen en un 0,80%.

**Tabla 12.** Importaciones de la partida arancelaria 6211.32.00

<b>6211.32.00 Para hombres o niños</b>				
<b>Año</b>	<b>Período</b>	<b>Total, FOB</b>		<b>Total, Unidades</b>
2016	1		356166,69	146586
2017	2		298053,39	29111
2018	3		598942,02	137559
2019	4		716549,99	68661
2020	5		343945,63	48997

**Fuente:** Cobus Group



**Figura 12.** Importaciones de la partida arancelaria 6211.32.00

**Fuente:** Cobus Group

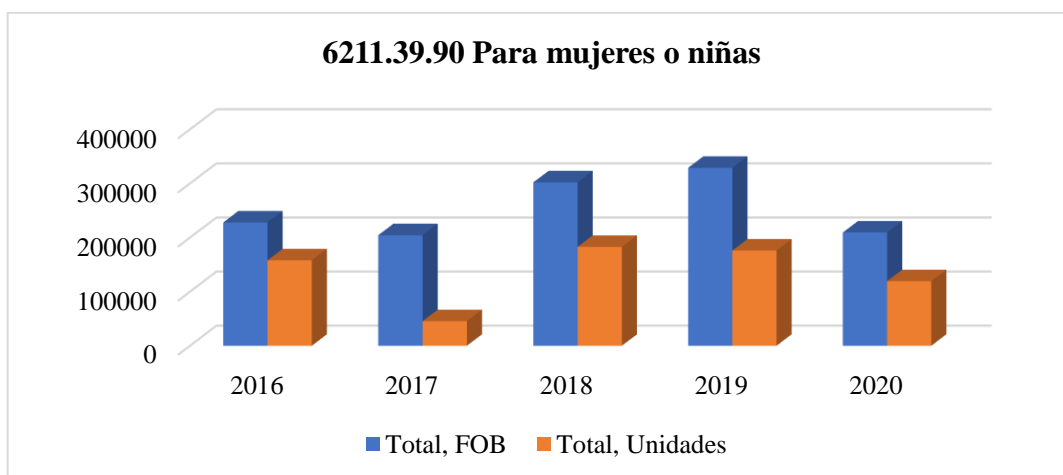
Según datos extraídos del COBUS GROUP las importaciones de calentadores para hombre o niños en el año 2016 representa un valor FOB del 356166,69, en el año 2017 las importaciones disminuyeron en un 16,32%, en el año 2018 las importaciones aumentan en un 50,23%, en el año 2019 incrementan en un 16,41%, en el año 2020 las importaciones disminuyen en un 40,80%.

**Tabla 13.** Importaciones de la partida arancelaria 6211.39.90

<b>6211.39.90 Para mujeres o niñas</b>				
<b>Año</b>	<b>Período</b>	<b>Total, FOB</b>		<b>Total, Unidades</b>
2016	1		227912,87	157938
2017	2		204453,64	45425

2018	3	302075,58	182804
2019	4	328933,68	176013
2020	5	209429,05	119409

**Fuente:** Cobus Group



**Figura 13.** Importaciones de la partida arancelaria 6211.39.90

**Fuente:** Cobus Group

Según datos extraídos del COBUS GROUP las importaciones de calentadores para mujeres o niñas identificados con la partida 6211.120000 en el año 2016 representa un valor FOB 227912,87, en el año 2017 las importaciones disminuyeron en un 10,29%, en el año 2018 las importaciones aumentan en un 32,31%, en el año 2019 incrementan en un 8,17%, en el año 2020 las importaciones disminuyen en un 36,33%.

### 3.5.3 Ciclo de vida de los principales productos que se comercializan en el sector textil

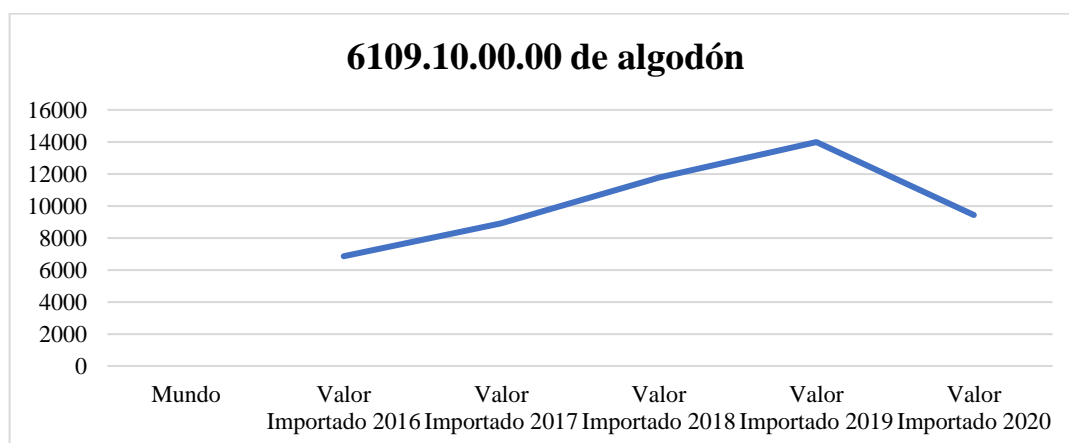
Mediante estadísticas proporcionadas por la plataforma ITC (International Trade Center) (Centro de comercio internacional) se analiza datos comerciales anuales y la participación de mercados importadores y exportadores de los 4 principales productos textiles de la investigación.

Una vez extraído los datos comerciales anuales referente a exportaciones e importaciones se procede a realizar el ciclo de vida de cada producto para así seleccionar el producto que más crecimiento tiene en el mercado y realizar un estudio de mercado para fomentar las exportaciones.

**Tabla 14.** Ciclo de vida del producto 6109.10.00.00 de algodón (Importaciones)

Mundo	Valor Importado 2016	Valor Importado 2017	Valor Importado 2018	Valor Importado 2019	Valor Importado 2020
	6857	8913	11770	13990	9427
Bangladesh	0	2142	2678	2842	2013
Colombia	1143	963	1705	2311	1596
Perú	1072	1570	1750	1969	1151
China	368	1176	1579	1837	1135
Turquía	0	744	995	974	794
Portugal	8	701	842	844	508
India	0	209	269	658	433
Viet Nam	0	206	313	515	424
Pakistán	0	184	312	468	277
Camboya	1	96	99	179	253

**Fuente:** Trade Map



**Figura 14.** Ciclo de vida importaciones subpartida 6109.10.00.00

**Fuente:** Trade Map

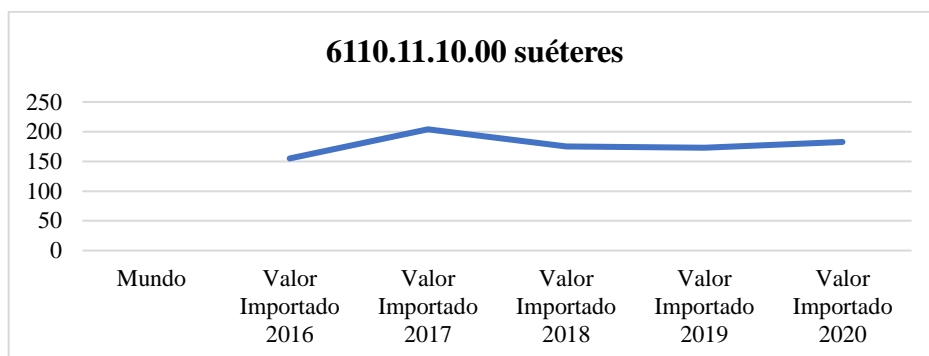
Las importaciones de las de t-shirts camisetas de algodón que representa la partida arancelaria 6109.10.00.00 el valor importado en el año 2016 es de 6857, en el año 2017 tiene un incremento del 27%, en el año 2018 las importaciones aumentan en un 24,27%, en el año 2019 aumentan en 16% y en el año 2020 las importaciones disminuyen en un 33%.

**Tabla 15.** Ciclo de vida del producto 6110.11.10.00 suéteres (Importaciones)

Mundo	Valor Importado 2016	Valor Importado 2017	Valor Importado 2018	Valor Importado 2019	Valor Importado 2020
	155	204	175	173	183
Serbia	13	136	95	74	129
China	0	0	0	1	8

Turquía	0	4	16	9	6
Myanmar	0	2	12	18	5
Croacia	0	0	0	0	5
Bulgaria	0	9	17	24	4
Estados Unidos de América	70	1	0	13	4
Camboya	0	4	6	9	3
Portugal	1	0	1	4	3
Viet Nam	0	2	5	2	3

Fuente: Trade Map



**Figura 15.** Ciclo de vida importaciones subpartida 6110.11.10.00

Fuente: Trade Map

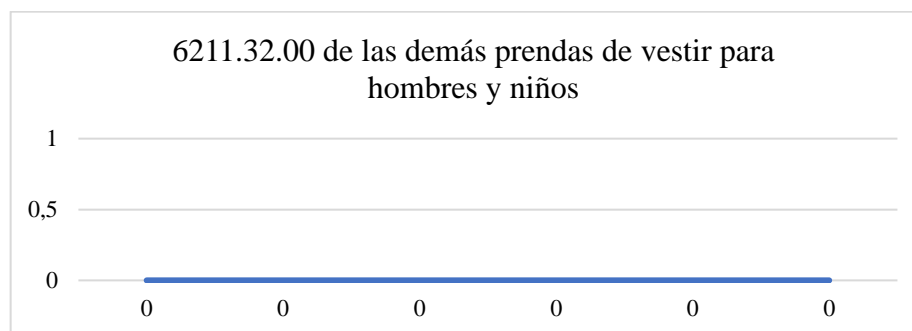
Según los datos extraídos de la plataforma TRADE MAP las importaciones de los suéteres en el año 2016 tiene un valor importado de 115, en el año 2017 aumenta en un 24%, en el año 2018 disminuye en un 14%, en el 2019 disminuye 1,14% y finalmente en el año 2020 las exportaciones aumentan en un 5,46%.

**Tabla 16.** Ciclo de vida del producto 6211.32.00 de las demás prendas de vestir para hombres y niños (Importaciones)

Mundo	Valor Importado 2016	Valor Importado 2017	Valor Importado 2018	Valor Importado 2019	Valor Importado 2020
	108	53	68	75	38
Pakistán	17	2	1	24	17
China	8	16	10	12	8
Viet Nam	2	2	0	2	4
Marruecos	0	2	4	5	3

Bangladesh	0	5	0	8	1
México	0	0	0	0	1
Filipinas	0	0	0	0	1
India	0	2	0	0	1
Turquía	0	3	4	7	1
Brasil	0	3	3	7	0

**Fuente:** Trade Map



**Figura 16.** Ciclo de vida importaciones subpartida 6211.32.00

**Fuente:** Trade Map

Las importaciones de la subpartida 6211.32.00 en el año 2016 representa un valor importado de 108, en el año 2017 las importaciones disminuyen en un 51%, en el 2018 aumentan en un 22%, en el año 2019 aumentan 9% y en el año 2020 disminuyen en un 49%.

**Tabla 17.** Ciclo de vida del producto 6211.39.90 De las demás prendas de vestir para mujeres y niñas (Importaciones)

Mundo	Valor Importado 2016	Valor Importado 2017	Valor Importado 2018	Valor Importado 2019	Valor Importado 2020
	16	507	33	38	532
Marruecos	0	1	0	2	500
China	0	2	3	2	18
Viet Nam	0	0	2	25	15
Bangladesh	0	0	6	0	0
Canadá	0	0	11	9	0
El salvador	0	0	0	1	0
Italia	0	0	9	0	0
Rumania	0	1	1	0	0
España	3	0	0	0	0
Estados Unidos de América	15	505	3	1	0

Fuente: Trade Map

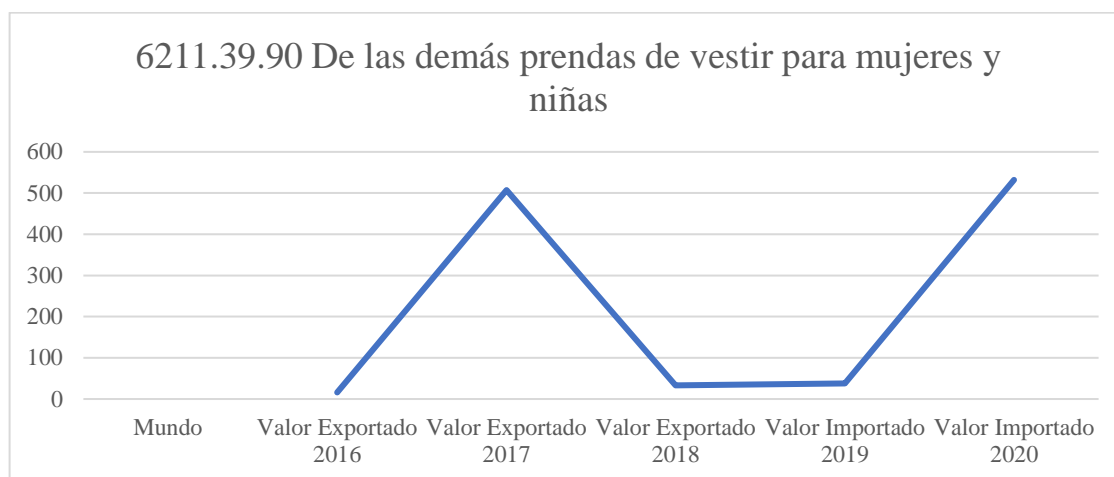


Figura 17. Ciclo de vida importaciones subpartida 6211.39.90

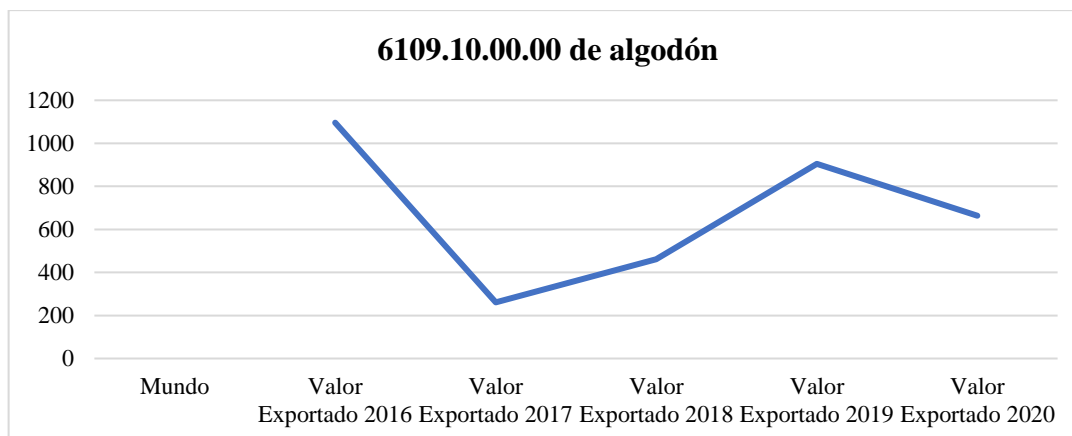
Fuente: Trade Map

El valor importado de la subpartida 6211.39.90 en el año 2016 representa 16 dólares, en el año 2017 los valores importados incrementan en un 97%, en el año 2018 disminuyen en un 93%, en el año 2019 aumentan en un 13% y finalmente en el año 2020 aumentan en un 93%.

Tabla 18. Ciclo de vida Exportaciones 6109.10.00.00 de algodón

Mundo	Valor Exportado 2016	Valor Exportado 2017	Valor Exportado 2018	Valor Exportado 2019	Valor Exportado 2020
	1096	261	461	905	663
Alemania	177	111	319	652	357
Suiza	11	66	131	206	129
Colombia	81	0	3	24	68
Curacao	0	0	0	0	58
Bonaire	0	0	0	0	22
Costa Rica	0	5	0	5	6
Panamá	4	5	2	2	0
Austria	7	16	0	0	0
Bolivia	0	8	3	0	0
Chile	7	4	1	0	0

Fuente: Trade Map



**Figura 18.** Ciclo de vida exportaciones subpartida 6109.10.00.00

**Fuente:** Trade Map

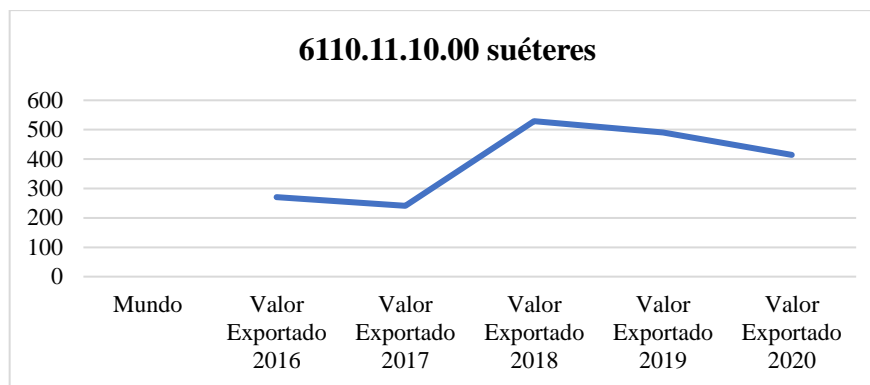
Las exportaciones de t-shirts camisetas de algodón que representa la partida arancelaria 6109.10.00.00 el valor exportado en el año 2016 es de 1096, en el año 2017 las exportaciones disminuyen en un 76%, en el año 2018 aumentan en un 43%, para el año 2019 las exportaciones incrementan en un 51%, y finalmente en el año 2020 disminuyen en un 27%.

**Tabla 19.** Ciclo de Vida Exportaciones 6110.11.10.00 suéteres

Mundo	Valor Exportado 2016	Valor Exportado 2017	Valor Exportado 2018	Valor Exportado 2019	Valor Exportado 2020
	270	241	529	491	414
Alemania	0	0	181	179	281
Estados Unidos de América	170	150	240	248	114
Canadá	22	34	36	21	12
España	24	5	12	10	2
Australia	6	0	1	0	1
Hungría	1	1	1	2	1
Irlanda	1	0	1	1	1
Panamá	3	3	1	2	1
Portugal	0	0	0	0	1
Sudáfrica	1	5	3	2	1

**Fuente:** Trade Map





**Figura 19.** Ciclo de vida exportaciones subpartida 6110.11.10.00  
**Fuente:** Trade Map

Las exportaciones de los suéteres representados con la subpartida 6110.11.10.00 en el año 2016 representa un valor exportado de 270\$, en el año 2017 las exportaciones disminuyen en un 11%, en el año 2018 las exportaciones aumentan en un 54%, en el año 2019 disminuyen el 7% y en el año 2020 disminuyen en un 16%.

**Tabla 20.** Ciclo de Vida Exportaciones 6211.32.00 de las demás prendas de vestir para hombres y niños

Valor Exportado 2016	Valor Exportado 2017	Valor Exportado 2018	Valor Exportado 2019	Valor Exportado 2020
0	0	0	0	0

**Fuente:** Trade Map

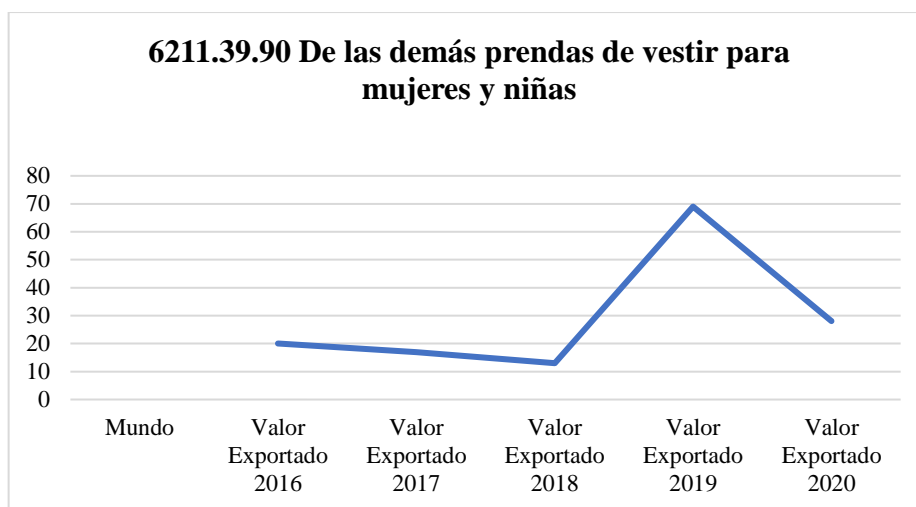
Según los datos extraídos de la plataforma TRADE MAP, la subpartida 6211.32.00 no se ha realizado exportaciones de este producto.

**Tabla 21.** Ciclo de Vida Exportaciones 6211.39.90 De las demás prendas de vestir para mujeres y niñas

Mundo	Valor Exportado 2016	Valor Exportado 2017	Valor Exportado 2018	Valor Exportado 2019	Valor Exportado 2020
	20	17	13	69	28
Estados Unidos de América	13	9	5	10	10
Costa Rica	0	0	0	0	5
Italia	4	6	6	3	2
Canadá	1	1	1	3	0
Francia	1	0	1	0	0
Alemania	0	0	0	50	0
Guatemala	0	0	0	1	0
Luxemburgo	1	0	0	0	0

Suecia	0	1	0	0	0
--------	---	---	---	---	---

Fuente: Trade Map



**Figura 20.** Ciclo de vida exportaciones subpartida 6211.39.90

Fuente: Trade Map

Las exportaciones de la subpartida 6211.39.90 representa un valor exportado de 807753 dolores, en el año 2017 las exportaciones disminuyen en un 5%, en el año 2018 aumentan en un 5%, en el año 2019 disminuyen en un 1%, en el año 2020 disminuyen en un 56%.

Una vez extraídos los datos de la plataforma TRADE MAP de los cuatro productos tanto de exportaciones e importaciones, ya realizado el ciclo de vida de cada uno de ellos, el producto del cual se realizará el estudio de mercado para fomentar las exportaciones es la subpartida 6110.11.10.00 suéteres, ya que es un producto el cual está en crecimiento y puede tener oportunidades para así fomentar las exportaciones.

Es importante mencionar que el mundo se tuvo que enfrentarse a un problema que probablemente nadie estaba preparado, la pandemia COVID-19 a generando grandes pérdidas económicas mundiales, las exportaciones de distintos sectores se vieron perjudicadas, el sector textil ha tenido que enfrentarse a varios problemas, generando cierre de empresas teniendo como resultado déficit en las exportaciones de dichos productos.

Díaz (2020) menciona: “Aseguró que las actividades se han reducido a la “mínima expresión tanto en producción y ventas”, por lo que todas las empresas textiles están en riesgo de quiebra”. (párr.2)

### 3.6 Análisis del macroentorno económico de los países Alemania, Italia y Francia

Ornelas (2020) afirma:

El macroentorno es el conjunto de factores que existen en la economía, considerada ésta como un todo. A grandes rasgos, el macroentorno incluye las tendencias del producto interno bruto (PIB), la inflación, el empleo, el gasto y la política monetaria y fiscal. (párr.5)

Para determinar los países de estudio se basó en las estadísticas proporcionadas por las estadísticas del ITC, analizando datos comerciales anuales, valores de exportaciones e importaciones, una vez analizados los factores socioeconómicos, políticos, tecnológicos, legales y geográficos se procede a realizar una matriz llamada perfil de oportunidades y amenazas del entorno (POAM) ahí se decide cual presenta la mejor alternativa de mercado para la exportación de suéteres.

Subpartida NANDINA	Descripción
<b>6110.11.10.00</b>	suéteres

Realizando un análisis macro y partiendo desde las importaciones de la subpartida 6110.11.10.00, se obtiene un top ten de los principales importadores de este producto, y así realizar la elección de 3 mercados potenciales para la exportación de suéteres.

Dentro del top ten se puede identificar que aparecen países miembros de la Unión Europea, es importante mencionar que Ecuador posee un acuerdo comercial Multipartes con la Unión Europea, el acuerdo asegura la liberación inmediata del 99,7% de la oferta exportable histórica del Ecuador en los productos agrícolas y del 100% de los productos industriales ecuatorianos.

Además menciona el acuerdo Multipartes UE en el caso de las manufacturas textiles prioriza la importación de dichos productos al otorgar una política comercial referente al ingreso de estas mercancías con 0% arancel, siendo esta medida otra de las oportunidades para la internacionalización y posicionamiento, pero cuán importantes serían las estrategias del sector en cuanto a mejoramiento de la producción en base a la innovación, inclusión de tecnología, infraestructura, talento humano, canales de distribución y otras que son complementarias para una negociación y comercialización exitosas.

Una vez analizado el acuerdo comercial Multipartes con la Unión Europea los 3 países que se eligen para hacer el estudio de mercado es Alemania, Francia e Italia.

**Tabla 22.** Top Ten de los países importadores de suéteres

Mundo	Cantidad Importada
Japón	5322
Alemania	3706
Francia	3547
Italia	4264
Hong Kong	3204
Estado Unidos	3442
Reino Unido	3177
China	190496
Países Bajos	2735
Corea	1215

Fuente: Trade Map

**Tabla 23.** Demografía

Edad	ALEMANIA		FRANCIA		ITALIA	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
0 - 14 años	5302850	5025863	6368767	6085318	4292431	4097732
15 - 24 años	4012412	3854471	4122981	3938938	3005402	2989764
25 - 54 años	15553328	15370417	12619649	12366120	12577764	12921614
55 - 64 años	6297886	6316024	4085564	4376272	4243735	4493581
65 años y más	8148873	10277538	6029303	7855244	5949560	7831076
<b>Total</b>	39315349	40844313	33226264	34621892	30068892	32333767

Fuente: Datos Macro - Índice Mundo-The World Factbook

En la tabla se puede identificar el grupo objetivo de estudio de Alemania, Francia e Italia el cual se detalla la cantidad de personas que existen en los diferentes países.

**Tabla 24.** Población Económicamente activa de los países en estudio

Población Económicamente Activa (Edad 15 - 65 años)							
Países	ALEMANIA		FRANCIA		ITALIA		
Segmentación	Género	%	Población	%	Población	%	Población
	Mujeres	50,57	42093236	40,32	28.053.422	42	25440346
Desagregado	Hombres	49,43	41147289	59,68	29.656.124	58	33640325
	<b>Población Total</b>	100	83240525	100	57.709.546	100	59080671



Fuente: Banco Mundial

Los datos extraídos de los países en estudio son de fuentes secundarias validas y seguras, se toma como referencia la edad entre 15 y 65 años de la población económicamente activa entre hombres y mujeres, teniendo como resultado de Alemania 83240525, Italia de 59080671 y Francia con 57709546.

El presente análisis permite identificar el mercado adecuado para realizar la exportación de suéteres, ya que se analizan los factores socioeconómicos, políticos, tecnológicos, legales y geográficos de los países.

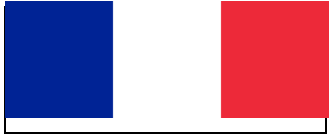
### 3.6.1 Factores Socioeconómicos

Tabla 25. Factores económicos

FACTORES ECONÓMICOS						
DATOS ALEMANIA						
País	Alemania					
						
Capital	Berlín					
Indicadores	Datos		Indicadores	Datos		
<b>Producto Interno Bruto PIB</b>	2018	3,962 (billones usd)	<b>Tasa de desempleo %</b>	2018	3,38%	
	2019	3.861 (billones usd)		2019	3,14%	
	2020	3.806 (billones usd)		2020	4,31%	
<b>PIB Per Cápita</b>	2018	40484	<b>Tipo de Cambio</b>	2018	0,87	
	2019	41508		2019	0,83	
	2020	40031		2020	0,85	
<b>Balanza Comercial 2020</b>	Importaciones	1240696	<b>Tipo de Inflación</b>	2018	1,73%	
	Exportaciones	1493094		2019	1,45%	
				2020	0,51%	
FACTORES ECONÓMICOS						
DATOS ITALIA						
País	Italia					
						
Capital	Roma					
Indicadores	Datos		Indicadores	Datos		
<b>Producto Interno Bruto PIB</b>	2018	2.091 (billones usd)	<b>Tasa de desempleo %</b>	2018	10,61%	
	2019	2.005 (billones usd)		2019	9,95%	
	2020	1,886 (billones usd)		2020	9,31%	
<b>PIB Per Cápita</b>	2018	43123	<b>Tipo de Cambio</b>	2018	0,8	
	2019	44850		2019	0,75	

	2020	41839		2020	0,76
<b>Balanza Comercial 2020</b>	Importaciones	369969	<b>Tipo de Inflación</b>	2018	1,14%
	Exportaciones	433559		2019	0,61%
				2020	-0,14%

**FACTORES ECONÓMICOS  
DATOS FRANCIA**

<b>País</b>	Francia				
					
<b>Capital</b>	París				
<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>		<b>Indicadores</b>	<b>Datos</b>	
<b>Producto Interno Bruto PIB</b>	2018	2.787 (billones usd)	<b>Tasa de desempleo %</b>	2018	9,02%
	2019	2,716 (billones usd)		2019	8,44%
	2020	2,603 (billones usd)		2020	8,62%
<b>PIB Per Cápita</b>	2018	46569	<b>Tipo de Cambio</b>	2018	0,89
	2019	49377		2019	0,82
	2020	46226		2020	0,84
<b>Balanza Comercial 2020</b>	Importaciones	426994	<b>Tipo de Inflación</b>	2018	1,82%
	Exportaciones	509629		2019	1,11%
				2020	0,48%

Fuente: Banco Mundial

Se puede apreciar que los países en estudio tienen una disminución del PIB, el país que mayor PIB representa es Alemania, seguido por Francia y finalmente Italia, La evolución económica que han tenido los países en los últimos años a través del PIB per cápita se determinara cual es el país más atractivo para la exportación de suéteres. Además, con esta información se determina cual es la economía más fuerte, el tipo de cambio ayuda a definir si un producto puede ser competitivo o no a nivel de precio en el mercado internacional.

“Incremento generalizado de los precios de los bienes y de los servicios a lo largo de un periodo de tiempo prolongado que produce como consecuencia un descenso del valor del dinero y, por tanto, de su poder adquisitivo” (Vázquez, 2018,p1).

La inflación se basa en el alza excesiva de precios de servicios y bienes el cual afecta directamente al consumidor, la inflación tiene un punto a su favor el cual le permite a los inversionistas según el promedio de la inflación se puede ingresar a un mercado con precios accesible frente a la competencia, también se la llama tasa de paro, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa.es la parte de la población que estando en sus condiciones y disposición de trabajar no tienen puesto de trabajo ( Economipedia, 2017p.4).




Esta tasa indica el porcentaje de personas que no están realizando ninguna actividad económica dentro de un país, por tal razón no contribuyen al desarrollo de este. Además, cuando se tiene una tasa de desempleo alta repercute en que el consumo de productos disminuye por la falta de ingresos económicos, en cambio cuando la tasa de desempleo baja existe un mayor poder adquisitivo de productos por parte de la población. Es la relación entre las exportaciones e importaciones de un país Cuando las exportaciones son superiores que las importaciones decimos que la balanza comercial es positiva si las importaciones superan las exportaciones, tendrá un déficit. (Estrada. 2016).

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período el saldo de esta es la diferencia entre exportaciones e importaciones es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

Si los países tienen déficit en la balanza esta realiza menos importaciones con el fin de incentivar a las exportaciones, si la balanza comercial es positiva o tiene un superávit esto quiere decir que tienen mayores importaciones el cual satisface las necesidades de su mercado. (PRO-ECUADOR, 2014, p.1)

### 3.6.2 Factores Políticos

**Tabla 26.** Factores Políticos

FACTORES POLÍTICOS	
DATOS ALEMANIA	
<b>País</b>	Alemania
<b>Capital</b>	Berlín
	
<b>Indicadores</b>	<b>Información</b>
<b>Política Comercial</b>	Acuerdo comercial Multipartes SGP Sistema Generalizado de preferencias. Trato arancelario a las mercancías originarias de Ecuador en el marco de la Unión Europea
<b>Riesgo País</b>	
<b>Poder ejecutivo</b>	La república federal de Alemania es un estado federal y está organizada en forma de democracia parlamentaria. El presidente federal es el máximo representante de Alemania
FACTORES POLÍTICOS	
DATOS ITALIA	
<b>País</b>	Italia
<b>Capital</b>	Roma
	



<b>Indicadores</b>	<b>Información</b>
<b>Política Comercial</b>	El SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) comprende programas de los aranceles preferenciales de los países en vías de desarrollo, tiene como objetivo mejorar los niveles de ingresos de los países subdesarrollados.

**Riesgo País**

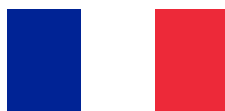


<b>Poder ejecutivo</b>	El poder ejecutivo está a cargo del Gobierno formado por tres órganos el presidente de Consejo de ministros, que es el jefe de Gobierno, los ministros y el consejo de los Ministerios.
------------------------	---

**FACTORES POLÍTICOS**

**DATOS ITALIA**

**País** Francia  
**Capital** París



<b>Indicadores</b>	<b>Información</b>
<b>Política Comercial</b>	Sistema Generalizado de Preferencia (SGP) Unión Europea Régimen Especial para los países menos desarrollados Régimen General reducción del 20% de aranceles en textiles y confecciones.

**Riesgo País**



**Poder ejecutivo**

Todos los miembros del Gobierno son nombrados por el presidente de la Republica a propuesta del primer ministro, los gobiernos son colocados mediante un protocolo preciso, que viene establecido en el decreto presidencial que establece el organigrama del consejo de ministros

**Fuente:** Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE), Pro-Ecuador, Ministerio de Comercio Exterior, (2020)

En la investigación es importante revisar la política comercial, para determinar aquellos acuerdos que mantiene el Ecuador con países extranjeros y en especial con aquellos seleccionados para el estudio, como Alemania, Italia y Francia. Los acuerdos comerciales ayudan a que los productos ingresen a un país libre del pago de tributos en muchos casos, lo que ayuda a obtener una mayor competitividad de estos.

Además, se identifica el riesgo país de cada uno en donde los países en estudio Alemania y Francia tiene un riesgo país bajo lo cual no representa que se pueden realizar negociaciones sin ningún temor ya que su economía es estable, mientras que Italia si tiene un riesgo país alto por lo que no es conveniente realizar por el momento negociaciones con el país ya que su economía se encuentra inestable.

### 3.6.3 Factores Legales

**Tabla 27.** Factores legales

		FACTORES LEGALES		
		DATOS ALEMANIA - ITALIA - FRANCIA		
País		ALEMANIA	ITALIA	FRANCIA
				
<b>Capital</b>		Berlín	Roma	París
<b>Arancelarios</b>		El acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y la unión europea en el caso textil según el cronograma de desgravación arancelaria se estableció la categoría de 0 años es decir se aplica el beneficio del 0%. Según PRO-ECUADOR (2017) define “barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de mercancías” (pr.1 y 2) permitiendo de esta manera regular el intercambio comercial de bienes y servicios entre mercados internacionales se clasifican en:		

Específicos: obligan al pago de una cantidad determinada por cada unidad del bien importado, por cada unidad de peso o por cada unidad de volumen.

Ad Valorem: se calculan como un porcentaje del valor de bienes. Los aranceles son aplicados con la finalidad de proteger la industria nacional, las mercancías procedentes de Ecuador al contar con el acuerdo

Las barreras no arancelarias utilizan regulaciones y estrategias diferentes a los impuestos para dificultar la importación las cuales obstruyen el ingreso de las mercancías a un país determinado, aplicando requisitos de ingreso a los productos y servicios (Economipedia, 2017) “Son disposiciones que impone un país como requisito para el ingreso de mercancías: que los productos o servicios cumplan determinadas reglas o reúnen determinadas características”.




### No Arancelarios

Obstáculos técnicos al comercio de la Unión Europea Los requisitos técnicos que condicionan el ingreso de una mercancía en un país o grupo de países Por lo general estas normas sirven para proteger al consumidor y certificar que un producto es de calidad y cuenta con los estándares adecuados para su elaboración, aquí se detallan aspectos técnicos y reglamentarios con los cuales los productos deben cumplir para ingresar a los países de estudio.

Fuente: OMA

## 3.6.4 Factores Tecnológicos

Tabla 28. Factores Tecnológicos

FACTORES TECNOLÓGICOS								
ALEMANIA			ITALIA			FRANCIA		
								
<b>Acceso a Internet</b>	2017	87,04%	<b>Acceso a Internet</b>	2017	63,07%	<b>Acceso a Internet</b>	2017	80,50%
	2018	88,12%		2018	75,08%		2018	83,34%
	2019	89,02%		2019	80,05%		2019	87,07%
<b>Índice mundial de innovación</b>	2019	Ranking Global 14	<b>Índice mundial de innovación</b>	2019	Ranking Global 30	<b>Índice mundial de innovación</b>	2019	Ranking Global 18
		Índice Puntos 58,89			Índice Puntos 50,80			Índice Puntos 54,36

Fuente: Banco Mundial-Datos Macro

### Acceso a Internet




En la tabla se presenta los porcentajes de la población que tiene acceso a internet de los países de estudio según los datos proporcionados por el banco mundial en su gran mayoría la población de Alemania tiene acceso a internet, esta herramienta es muy importante e indispensable a la hora de comercializar un producto.

## Índice Mundial de Innovación

Este indicador evalúa a las economías en un puntaje de 100 y es importante ya que el concepto de innovación denota algo novedoso más que nuevo, y si es el caso de los productos estos deben ser en su diseño su composición y características y estas deben estar en constante cambio para que los clientes adquieran y sientan la necesidad de hacerlo.

### 3.6.5 Factores geográficos y culturales

Tabla 29. Factores geográficos y culturales

FACTORES GEOGRAFICOS					
<p><b>Distancia Alemania</b></p> 	<p>Alemania se encuentra a 6 horas adelante en su huso horario se encuentra a 10.065 km de distancia de Ecuador, los principales aeropuertos son: Aeropuerto internacional de Frankfurt (FRA) aeropuerto internacional de Frankfurt, ya que es considerando el segundo en el mundo por la cantidad de pasajeros internacionales que recibe seguido por el aeropuerto de Hamburgo (HAN), Consta de Varios puertos, pero lo más significativos son el puerto de Hamburgo. Puerto de Bremerhaven</p>				
<p><b>Distancia Italia</b></p> 	<p>Italia se encuentra a 6 horas adelante en huso horario se encuentra a 10199 km de distancia de Ecuador los principales aeropuertos son: el de Roma Fiumicino, Malpensa en Milán, aeropuerto Bérgamo que acoge los vuelos de bajos coste que no llegan a Milán.</p>				
<p><b>Distancia Francia</b></p> 	<p>Francia tiene por delante de huso horario de Ecuador 6 horas y su distancia es 9,369,02 km. Los principales aeropuertos son: aeropuerto de país Charles de Gaulle, helipuerto de Paris Issy- Les-Moulineaux</p>				
INDICE DE DESEMPEÑO LOGISTICO					
Alemania		Italia		Francia	
2017	4	2017	3,4	2017	3,3
2018	4,15	2018	3,2	2018	3,4
2019	4,23	2019	3,4	2019	3,55

Fuente: Santander- Consejo Nacional de Competitividad- Banco Mundial- Datos macro

El índice de desempeño logístico es un indicador que en comercio exterior se utiliza para medir la competitividad en cuanto se refiere a la logística que los países ofrecen para las exportaciones.

Alemania es el país con una mejor utilización de la logística teniendo un desempeño de 4,23 seguido de Francia con un desempeño de 3,55 y dejando por último a Italia con 3,4.

### 3.7 Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM)

Posteriormente se presenta la matriz POAM con sus respectivas calificaciones de los factores socioeconómicos, políticos, tecnológicos, legales, geográficos de los países en estudio, la matriz se pondera de la siguiente forma.

**Tabla 30.** Ponderación POAM

	Ponderación POAM		
	ALTA 3	MEDIA 2	BAJA 1
<b>OPORTUNIDADES</b>			
		<b>DEBILIDADES</b>	

**Fuente:** Elaboración propia

Tabla 31. Matriz POAM

Indicadores		ALEMANIA				ITALIA				FRANCIA			
		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
		Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
<b>Factores Económicos</b>	PIB	Alta	3			Baja	1			Media	2		
	PIB per cápita	Media	2			Media	2			Alta	3		
	Tipo de Cambio	Media	2			Media	2			Media	2		
	Inflación			Media	2			Alta	3	Media	2		
	Tasa de desempleo			Media	2			Alta	3			Alta	3
	Balanza Comercial	Alta	3			Alta	3			Alta	3		
		<b>Suma</b>	<b>12</b>		<b>4</b>		<b>8</b>		<b>6</b>		<b>12</b>		<b>3</b>
		<b>Promedio</b>	<b>2</b>		<b>0,66</b>		<b>1,33</b>		<b>1</b>		<b>2</b>		<b>0,5</b>
<b>Factores Políticos</b>	Política comercial	Alta	3			Media	2			Media	2		
	Riesgo Comercial	Alta	3					Alta	3	Alta	3		
		<b>Suma</b>	<b>6</b>				<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2,5</b>		
		<b>Promedio</b>	<b>3</b>				<b>1</b>		<b>1,5</b>		<b>2,5</b>		
<b>Factores Legales</b>	Arancelarios	Alta	3			Alta	3			Alta	3		
	No arancelarios	Media	2			Media	2			Media	2		
		<b>Suma</b>	<b>5</b>				<b>5</b>				<b>5</b>		
		<b>Promedio</b>	<b>2,5</b>				<b>2,5</b>				<b>2,5</b>		
<b>Factores Tecnológicos</b>	Acceso a internet	Alta	3			Media	2			Media	2		
		<b>Suma</b>	<b>3</b>				<b>2</b>				<b>2</b>		
		<b>Promedio</b>	<b>3</b>				<b>2</b>				<b>2</b>		
<b>Factores Geográficos</b>	Distancia	Media	2			Baja	1			Alta	3		
	Índice de desempeño logístico	Alta	3			Media	2			Media	2		
		<b>Suma</b>	<b>5</b>				<b>3</b>				<b>5</b>		
		<b>Promedio</b>	<b>2,6</b>				<b>1,66</b>				<b>2,1</b>		

### 3.7.1 Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

Tabla 32. Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del medio

	ALEMANIA		ITALIA		FRANCIA	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
<b>Factores Económicos</b>	2	0,66	1,33	0,1	2	0,5
<b>Factores Políticos</b>	3	0	1	1,5	2,5	0
<b>Factores Legales</b>	2,5	0	2,5	0	2,5	0
<b>Factores Tecnológicos</b>	3	0	2	0	2	0
<b>Factores Geográficos</b>	2,5	0	1,5	0	1,5	0
<b>SUMA</b>	13	0,66	8,33	2,5	10,5	0,5
<b>PROMEDIO</b>	2,6	0,66	1,666	0,5	2,1	0,5
<b>OPORTUNIDADES - AMENAZAS</b>	1,94		1,16		1,60	

Fuente: Elaboración Propia

Alemania ha sido determinado como el país óptimo para la exportación de suéteres.

### 3.8 Proyecciones de Estudio

Para realizar las proyecciones se utilizó el método cuantitativo de Hold winters el cual permite realizar pronósticos del comportamiento de una serie temporal a partir de los datos obtenidos anteriormente.

$$A_t = \alpha \frac{Y_t}{S_{T-l}} + (1-\alpha)(At_l + T_{t-L})$$

$$T_t = \beta(At - A_{t-L}) + (1 - \beta)t_{t-L}$$

$$S_t = y \frac{Y_t}{A_l} + (1 - Y)S_{t-l}$$

$$Y_{t+p} = (A_t + pT_L)S_{t-l+p}$$

**Donde:** $\alpha$  = Consumo de atenuación del promedio de los datos ( $0 < \alpha < 1$ ) $\beta$  = Constante de atenuación de la estimación de tendencia ( $0 < \beta < 1$ ) $\gamma$  = Constante de atenuación de la estacionalidad ( $0 < \gamma < 1$ ) $A_t$  = Valor atenuado en el periodo t $T_t$  = Estimación de la tendencia del periodo t $S_t$  = Estimación de la estacionalidad del periodo t

L= Longitud de la estacionalidad

P= Numero de periodos a pronosticar en el futuro

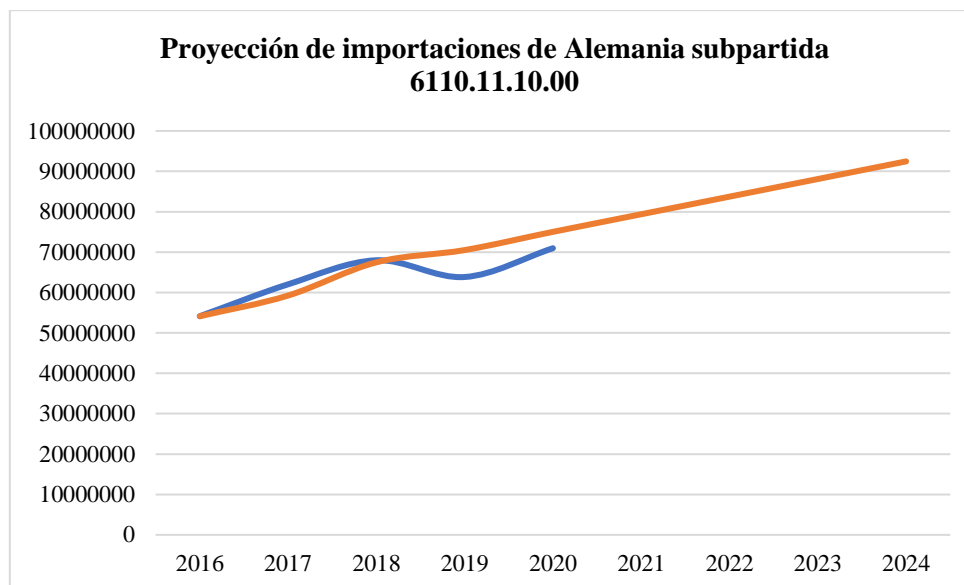
**3.8.1 Proyección de importaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00****Tabla 33.** Proyección de importaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00

Año	T	Yt	At	Tt	St	Y <sub>t</sub> '	Error
	-3				1		
	-2				1		
	-1				1		
	0				1		
<b>2016</b>	1	54126000	54126000	0	1		
<b>2017</b>	2	62028000	56686402	2560402	1	54126000	7902000
<b>2018</b>	3	67988000	62079121	5392719	1	59246803	8741196,93
<b>2019</b>	4	63836000	66293757	4214636	1	67471840	3635839,91
<b>2020</b>	5	70961000	70655047	4361290	1	70508394	452606,459
<b>2021</b>	6					75016337	
<b>2022</b>	7	<b>Pronósticos</b>				79377626	
<b>2023</b>	8					83738916	
<b>2024</b>	9					88100206	
<b>2025</b>	10					92461495	
							5182911

Fuente: Trade Map

<b>0</b>	<b>5</b>
<b><math>\alpha</math></b>	0,3
<b><math>\beta</math></b>	1
<b><math>\gamma</math></b>	0





**Figura 21.** Proyección de Importaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00

**Fuente:** Trade Map

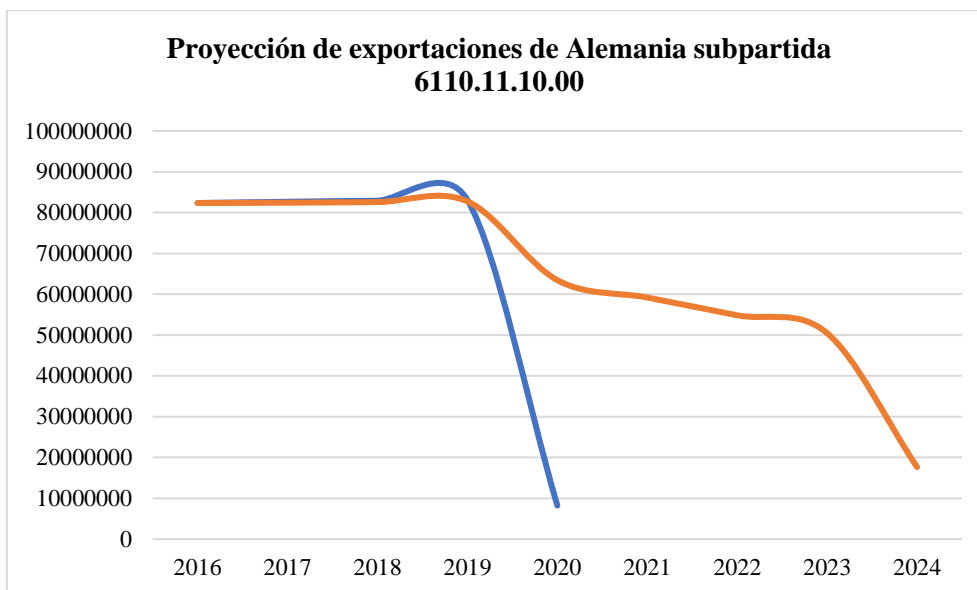
En la gráfica se puede identificar que las proyecciones para las importaciones de la subpartida 6110.11.10.00 notablemente cada año va aumentando lo que significa que el producto puede tener una oportunidad de crecimiento en mercado alemán.

### 3.8.2 Proyección de exportaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00

**Tabla 34.** Proyección de exportaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00

Año	t	Y <sub>t</sub>	At	T <sub>t</sub>	St	Y <sub>t'</sub>	Error
	-3					1	
	-2					1	
	-1					1	
	0					1	
<b>2016</b>	1	173623000	173623000	0	1	173623000	
<b>2017</b>	2	184971000	175892600	680880	1,036129	173623000	11348000
<b>2018</b>	3	191939000	179646584	1602811	1,047898	176573480	15365520
<b>2019</b>	4	184443000	181888116	1794427	1,009833	181249395	3193604,8
<b>2020</b>	5	169883000	180922635	966454,9	0,957287	183682544	13799543,6
<b>2021</b>	6					181889090	181889090
<b>2022</b>	7					189461991	189461991
<b>2023</b>	8					192626684	192626684
<b>2024</b>	9					186605391	186605391
<b>2025</b>	10					177820764	177820764
							69176292

**Fuente:** Trade Map



**Figura 22.** Proyección de exportaciones de Alemania de la subpartida 6110.11.10.00

**Fuente:** Trade Map

En la gráfica se puede identificar que las exportaciones de la partida 6110.11.10.0 cada año tiene un déficit es decir que más se realizan importaciones que exportaciones lo que significa que Ecuador debe aprovechar y fomentar las exportaciones de este producto a mercado alemán.

La pandemia COVID-19 representa una perturbación sin precedentes de la economía y el comercio mundial, ya que provoca la contratación de la producción y el consumo en todo el mundo. (OMC,2020, párr.3)

La relación calidad-precio es un factor clave para los consumidores alemanes cuando se trata de la compra de prendas de vestir y confecciones, sobre todo en los sectores de poder adquisitivo medio y bajo, lo cual los empresarios del sector textil deben aprovechar la oportunidad para fomentar las exportaciones a dicho mercado.

### 3.8.3 Consumo nacional aparente de Alemania

**CNA=I+P-X**

**Dónde:**

**I:** Importaciones

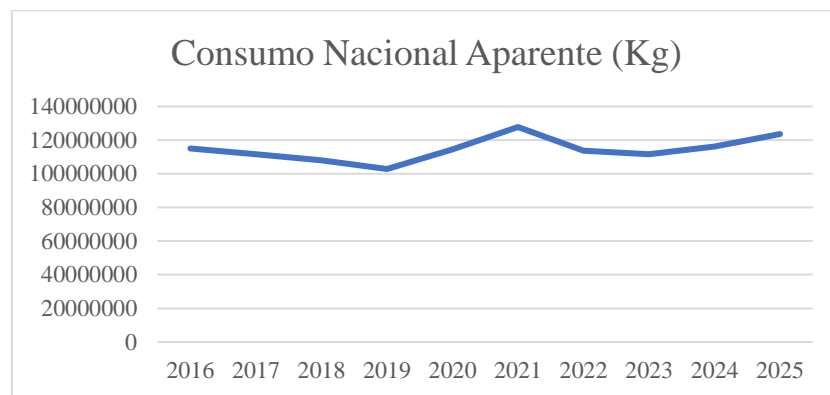
**PN:** Producción

**E:** Exportaciones

**Tabla 35.**Consumo Nacional Aparente

<b>Años</b>	<b>Importaciones (I) (Kg)</b>	<b>Exportaciones (X) (Kg)</b>	<b>Producción Nacional (PN) (Kg)</b>	<b>Consumo Nacional Aparente (Kg)</b>
<b>2016</b>	54126000	173623000	234500675	115003675
<b>2017</b>	62028000	184971000	234562467	111619467
<b>2018</b>	67988000	191939000	231897908	107946908
<b>2019</b>	63836000	184443000	223467492	102860492
<b>2020</b>	70961000	169883000	213457857	114535857
<b>2021</b>	75016337	181889090	234677544	127804791
<b>2022</b>	79377626	189461991	223860551	113776186
<b>2023</b>	83738916	192626684	220608466	111720698
<b>2024</b>	88100206	186605391	214653911	116148726
<b>2025</b>	92461495	177820764	208921202	123561933

**Fuente:** Trade Map



**Figura 23.** Consumo Nacional Aparente

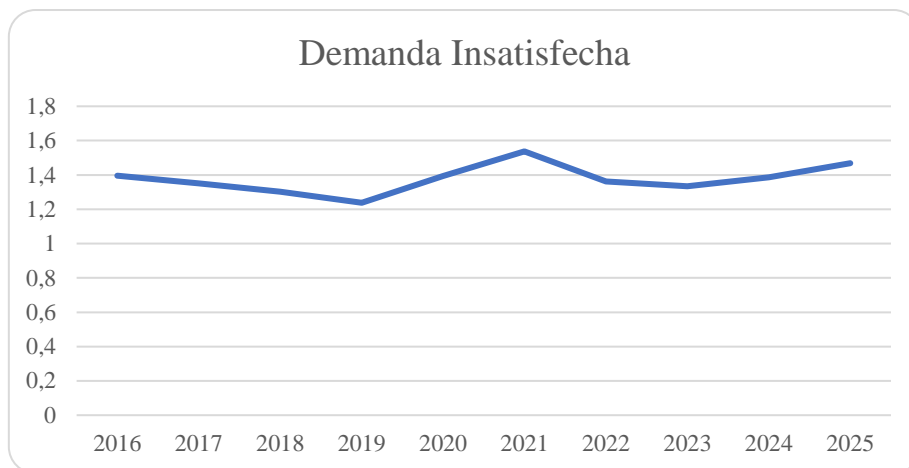
**Fuente:** Trade Map

### 3.8.4 Cálculo de la Demanda Insatisfecha

Tabla 36. Cálculo de la demanda insatisfecha

Años	Importaciones (I) (Kg)	Exportaciones (X) (Kg)	Producción Nacional (PN) (Kg)	Consumo Nacional Aparente (Kg)	Población Alemania	Consumo Per Cápita (Kg)	Déficit de Consumo	Demanda Insatisfecha	COBERTURA KG ( 90% Producción Nacional	%
2016	54126000	173623000	234500675	115003675	82348669	1,3	1,4	1,39654564	234500673,6	5%
2017	62028000	184971000	234562467	111619467	82657002	1,3	1,4	1,35039336	234562465,6	5%
2018	67988000	191939000	231897908	107946908	82905782	1,3	1,3	1,30204318	231897906,7	5%
2019	63836000	184443000	223467492	102860492	83092962	1,2	1,2	1,23789656	223467490,8	5%
2020	70961000	169883000	213457857	114535857	82159662	1,3	1,4	1,39406436	213457855,6	5%
2021	75016337	181889090	234677544	127804791	83134584	1,5	1,5	1,53732400	234677542,5	5%
2022	79377626	189461991	223860551	113776186	83568394	1,3	1,4	1,36147388	223860549,6	5%
2023	83738916	192626684	220608466	111720698	83785947	1,3	1,3	1,33340616	220608464,7	5%
2024	88100206	186605391	214653911	116148726	83794855	1,3	1,4	1,38610809	214653909,6	5%
2025	92461495	177820764	208921202	123561933	84102849	1,4	1,5	1,46917654	208921200,5	5%

Fuente: Trade Map, Banco Mundial



**Figura 24.** Demanda insatisfecha  
**Fuente:** Trade Map

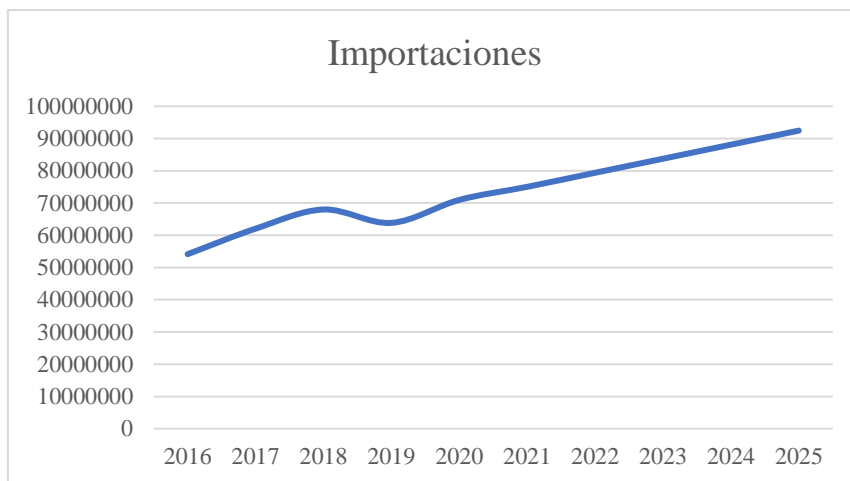
Para el cálculo de la demanda insatisfecha internacional se recabaron datos históricos de la subpartida 6110.11.10.00 durante el periodo 2016-2020, de allí se determina el consumo nacional aparente a través de la formula aplicada, por otro lado, los datos de la población se obtuvieron del Banco Mundial

### 3.8.5 Tasa de crecimiento

$$TVA = \left( \left( \frac{\text{Período } n}{\text{Período base}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1 \right) * 100$$

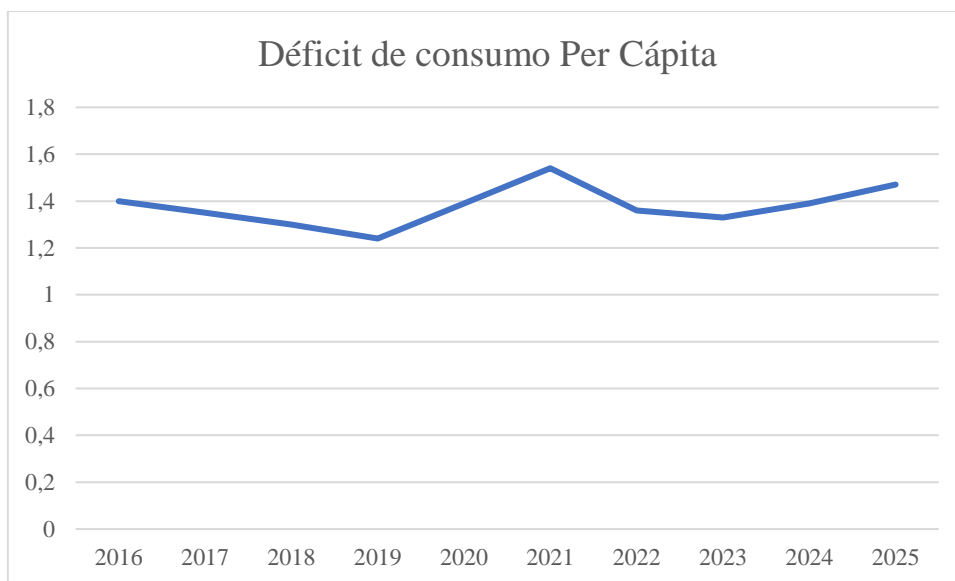
**Tabla 37.** Tasa de crecimiento

	Tasa de Crecimiento										Tasa de crecimiento 2016 - 2025
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	
<b>Importaciones</b>	54126000	62028000	67988000	63836000	70961000	75016337	79377629	83738916	88100206	92461495	5,5
<b>Déficit de consumo Per Cápita</b>	1,4	1,35	1,3	1,24	1,39	1,54	1,36	1,33	1,39	1,47	



**Figura 25.** Importaciones  
**Fuente:** Trade Map

En la gráfica se puede identificar que según la tasa de crecimiento las importaciones de la subpartida 6110.11.10.00 a medida que pasa el tiempo aumenta por lo que representa una oportunidad para crecer en mercados internacionales.



**Figura 26.** Déficit de consumo Per Cápita  
**Fuente:** Trade Map

### 3.9 Registros de la propiedad industrial a nivel mundial

**Tabla 38.** Solicitudes de registros

Número total de solicitudes a nivel mundial (millones)	
Tipo de registro	Año 2020
<b>Patentes</b>	14,9
<b>Modelos de utilidad</b>	5,6
<b>Marcas</b>	58,2
<b>Diseños Industriales</b>	4,1

**Fuente:** Base de datos estadísticos, OMPI, 2020



**Figura 27.** Solicitudes de Registros

**Fuente:** Base de datos estadísticos, OMPI, 2020

En 2020 el número de solicitudes presentadas en cuanto se refiere a patentes, modelos de utilidad, marcas y diseños industriales. Personas de todo el mundo presentaron 14,9 millones de solicitudes de patente en 2020, el registro de marcas es de 58,2 millones, el registro de modelos de utilidad es del 5,6% y finalmente los registros de diseños industriales alcanzó los 4,1 millones (OMPI, 2020).

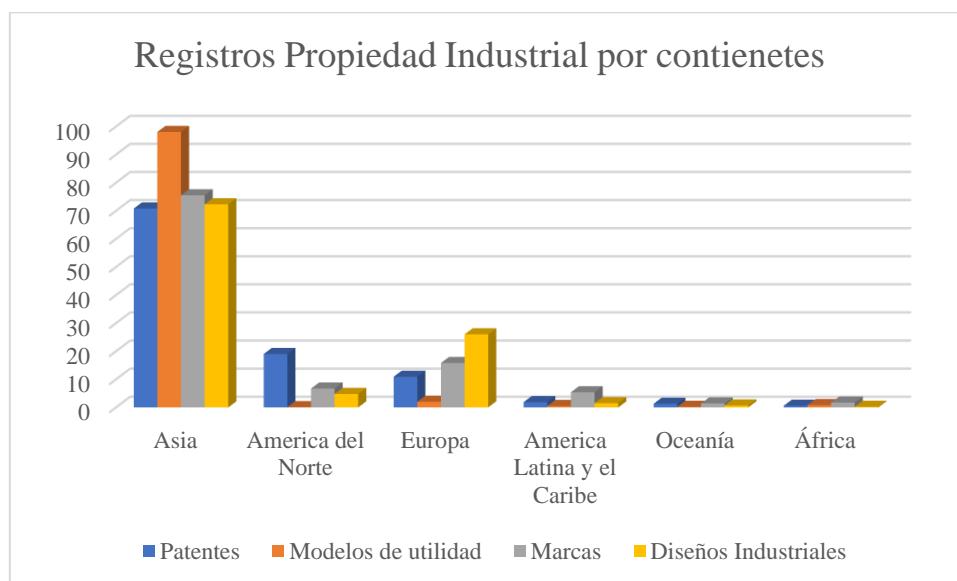
#### 3.9.1 Porcentaje de actividades de registro de Propiedad Industrial

**Tabla 39.** Registros de la propiedad industrial por continentes

Registros de Propiedad Industrial	Asia	América del Norte	Europa	América Latina y el Caribe	Oceanía	África
<b>Patentes</b>	70,8	19	10,9	1,9	1,3	0,6
<b>Modelos de utilidad</b>	98,06	0,1	2	0,5	0,2	0,8
<b>Marcas</b>	75,5	6,7	15,8	5,4	1,4	1,7

<b>Diseños Industriales</b>	72,3	4,8	26	1,5	0,7	0,2
-----------------------------	------	-----	----	-----	-----	-----

Fuente: Base de datos estadísticos, OMPI, 2020



**Figura 28.** Registros de la Propiedad industrial por continentes

Fuente: Base de datos estadísticos, OMPI, 2020

En la gráfica se puede identificar que Asia es el principal continente el cual representa mayores registros de propiedad industrial en el año 2020 mantuvo su ranking, superando a otras regiones.

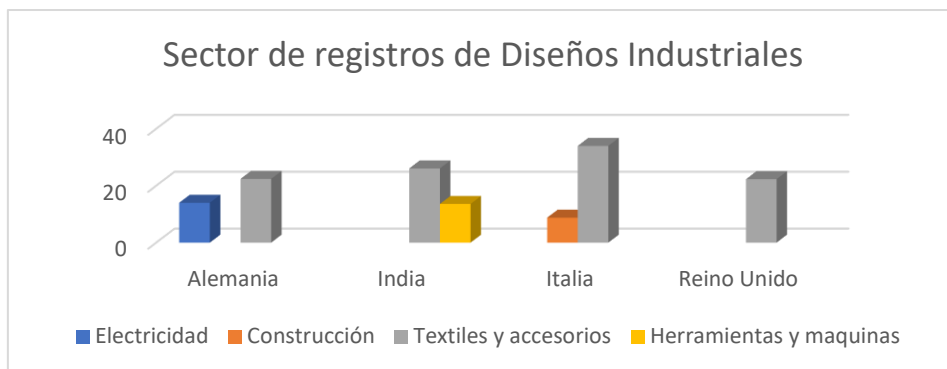
### 3.9.2 Principales sectores de registros de diseños industriales

**Tabla 40.** Sectores de registros de diseños industriales

Sectores	Alemania	India	Italia	Reino Unido
<b>Electricidad</b>		14		
<b>Construcción</b>			8,76	
<b>Textiles y accesorios</b>	22,4	26,07	34	22,3
<b>Herramientas y maquinas</b>		13,6		

Fuente: Base de datos estadísticos, OMPI, 2020





**Figura 29.** Sectores de registros de diseños industriales  
**Fuente:** Base de datos estadísticos, OMPI, 2020

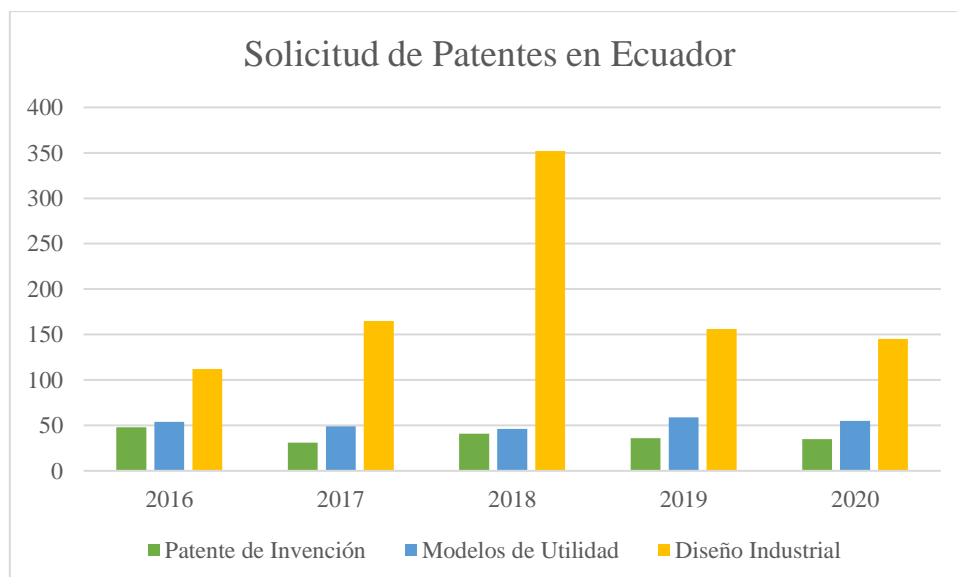
En la siguiente gráfica se puede identificar que el sector textil y accesorios en Italia es el país en donde más registros de diseños industriales constan seguido por la India, Reino Unido y Alemania.

### 3.9.3 Solicitud de patentes registradas en el Ecuador

**Tabla 41.** Solicitud de patentes registradas en el Ecuador

Tipos	2016	2017	2018	2019	2020
Patente de Invención	48	31	41	36	35
Modelos de Utilidad	54	49	46	59	55
Diseño Industrial	112	165	352	156	145

**Fuente:** Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2020



**Figura 30.** Solicitud de patentes en Ecuador  
**Fuente:** Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, , 2020

En la gráfica se puede evidenciar que las solicitudes de registros de diseños industriales del año 2016 al año 2018 notablemente van incrementando, sin embargo, en el año 2019 y 2020 estos disminuyen radicalmente, seguido por la solicitud de registros de modelos de utilidad y quedando como en último lugar las solicitudes de patentes de invención.

### **Coefficiente de Concordancia estadístico de Kendall de las entrevistas**

El coeficiente de Kendall se utilizó para la interpretación de la entrevista que se aplicó a 5 propietarios de las empresas textiles que operan en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui, con el fin de determinar si la aplicación de la propiedad industrial en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui genera beneficios para el fomento a las exportaciones.

**E1.** ANITEX

**E2.** AstroSport

**E3.** Bellscrem

**E4.** Carlex

**E5.** Texti Rodal

**M:** 5 número de entrevistados

**K:** 5 criterios

**t:** 15 promedio de rangos

**Tabla 42.** Clasificación de criterios coeficiente W. Kendall

N°	Criterios	E1	E2	E3	E4	E5
1	Desarrollo tecnológico	1	1	1	1	1
2	Innovación	3,75	3	2,25	2,3	3,8
3	Financiamiento	1	1	1	1	4
4	Categorías de la propiedad industrial	4	3	1	1	3
5	Mercados internacionales	1	1	1	1	1

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 43.** Suma de criterios de rango

N°	Criterios	E1	E2	E3	E4	E5	$\Sigma R$
1	Desarrollo tecnológico	1	1	1	1	1	5
2	Innovación	3,75	3	2,25	2,3	3,8	15
3	Financiamiento	1	1	1	1	4	8
4	Categorías de la propiedad industrial	4	3	1	1	3	12

5	Mercados internacionales	1	1	1	1	1	1	5
								45

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 44.** Rangos de calificación

N°	Criterios	E1	E2	E3	E4	E5	ΣR	D	D*D
1	Desarrollo tecnológico	1	1	1	1	1	5	-10	100
2	Innovación	3,75	3	2,25	2,3	3,8	15	0	0
3	Financiamiento	1	1	1	1	4	8	-7	49
4	Categorías de la propiedad industrial	4	3	1	1	3	12	-3	9
5	Mercados internacionales	1	1	1	1	1	5	-10	10
							45		168

**Fuente:** Elaboración Propia

$$\omega = \frac{12(\Sigma D^2)}{M^2(k^3 - K)}$$

$$\omega = \frac{12(168)}{5^2(5^3 - 5)}$$

$$\omega = \frac{(2016)}{25(124 - 5)}$$

$$\omega = \frac{(2016)}{25(119)}$$

$$\omega = \frac{(2016)}{2975}$$

$$\omega = 68$$

Una vez que se realizó la aplicación del coeficiente de concordancia estadística de Kendall se obtuvo el 68% lo que significa que los empresarios concuerdan en que aplicar las categorías de la propiedad industrial permitirá que se aumente el fomento a las exportaciones.

### 3.5.4 Correlación de Criterios Cualitativos (entrevista)

Tabla 45. Análisis de las entrevistas

Entrevistado 1	Entrevistado 1	Entrevistado 1	Entrevistado 1	Entrevistado 1	Calificación	Observación
<b>Pregunta 1: ¿En su empresa que tipo de productos textiles produce?</b>						
La <b>empresa ofrece camisetas de algodón o de punto</b> , pijamas, suéteres de damas vestidos en tela de algodón o punto, licras deportivas, vestidos de baño, bividis.	La empresa se dedica a la producción de <b>ropa deportiva, calentadores</b> , uniformes deportivos, camisetas de algodón los productos se realizan sublimados o estampados	La empresa ofrece <b>camisetas de algodón</b> sublimadas o estampadas, <b>calentadores</b> de damas y caballeros.	La empresa se dedica a la producción de <b>prendas de vestir, la lana</b> es nuestra principal materia prima ya que se fabrica suéteres de dama, caballero, ponchos, bufandas, etc.	La empresa produce <b>prendas de vestir de moda</b> , ropa deportiva y de trabajo	75%	El 25% de las empresas se dedican a la producción de otro tipo de prendas de vestir con otro tipo de materias primas por ejemplo la lana
<b>Pregunta 2: ¿En su empresa se han innovado los procesos de producción textil?</b>						
Si la empresa se encuentra <b>innovando</b> constantemente por ejemplo adquiriendo <b>nueva maquinaria</b> , importando <b>materias primas de calidad</b> que permiten ofrecer un producto final de buena calidad a los clientes de ANITEX.	Si, en el año 2019 la empresa realizo la adquisición de una <b>máquina</b> de sublimación y un pulpo manual para estampar de esta manera se ha podido <b>innovar en los diseños de los productos</b> .	La empresa trata de estar en constante innovación adquiriendo <b>nueva maquinaria</b> para de esa manera reducir costos y tiempo de producción.	Si, la empresa constantemente trabajo en ello para que la producción pueda ser más innovadora y de mejor calidad, ha sido importante <b>tecnificar los procesos</b> es decir ya casi no se hace uso de máquinas manuales sino cada vez tratamos de adquirir <b>maquinas más industriales</b> .	Si, si se han innovado la empresa <b>adquirió nueva maquinaria</b>	25%	El 75% de las empresas mencionan que se les ha dificultado innovar su producción ya que no cuentan con maquinaria o tecnología nuevas para poder tecnificar más sus procesos de producción
<b>Pregunta 3: ¿Cuál cree usted que es el factor primordial por lo que a muchos empresarios o emprendedores se les dificulta innovar su producción?</b>						

<p>Considero que el factor primordial para poder innovar son los altos costos de las maquinarias que se ofrece a nivel nacional es <b>demasiado costoso adquirir maquinaria o tecnología de punta.</b></p>	<p>Yo creo que <b>el factor primordial es el dinero</b>, las entidades financieras a los emprendedores piden demasiados requisitos los cuales no permiten adquirir un préstamo bancario por ende no ayudan a que los emprendedores o microempresarios avancen con los negocios.</p>	<p>El <b>factor económico</b> y hoy en día con la pandemia perjudico mucho al sector textil ya que se nos <b>dificulta más acceder a un préstamo bancario para adquirir nueva tecnología.</b></p>	<p>Considero que <b>el factor principal es el prepuesto</b> de cada empresa muchas veces para poder adquirir una nueva máquina hay que recurrir a un préstamo bancario pero el proceso a seguir es demasiado extenso y el interés es muy alto</p>	<p>A la empresa se le dificulta innovar su producción el <b>estar a la moda</b> ya que la moda a diaria se encuentra en un cambio constante.</p>	<p>25%</p>	<p>El 75% de las empresas mencionan que el financiamiento es el factor primordial por el cual se les dificulta innovar</p>
<p><b>Pregunta 4: ¿En su empresa los trabajadores han innovado la producción o su forma de trabajo? ¿De qué manera han aportado?</b></p>						
<p>Los <b>trabajadores</b> son muy importantes dentro de la empresa constantemente se encuentran <b>innovando los productos</b>, aportando ideas de nuevos productos, diseños, etc.</p>	<p>Si, los <b>trabajadores</b> se encuentran muy <b>comprometidos</b> con el trabajo en la empresa, la adquisición de la nueva maquinaria ha permitido que innoven los diseños además de optimizar tiempo en la producción de cada prenda, también ha permitido que la empresa trabaje con terceras personas, de esa manera hemos podido reducir los costos y poder</p>	<p>Los <b>trabajadores</b> son muy <b>proactivos</b> y cada vez se <b>encuentran innovando o creando productos.</b></p>	<p>Los <b>trabajadores de la empresa</b> son muy <b>creativos</b> y proactivos lo cual permite que la empresa siga creciendo, los trabajadores constantemente están sacando nuevos productos o innovando los diseños de cada suéter,</p>	<p>Los trabajadores de muestran mucha <b>responsabilidad</b> en cada una de las actividades que se les designa.</p>	<p>100%</p>	<p>El talento humano es muy fundamental para el crecimiento de una empresa, todas las empresas mencionan que los trabajadores aportan de una manera eficiente al crecimiento de las empresas.</p>

	competir en el mercado local.					
<b>Pregunta 5: ¿Los recursos (mano de obra, maquinaria, tecnología, dinero, etc.) dentro de la empresa son suficientes?</b>						
No son suficientes aún <b> falta mejorar</b> en recursos como <b>maquinaria y tecnología.</b>	No, por el momento necesitamos <b>más financiamiento</b> para poder <b>adquirir nueva maquinaria,</b> por ejemplo, una máquina para la elaboración de medias ya que son el complemento para los uniformes deportivos.	No son suficientes los recursos, a la empresa <b>le hace falta la adquisición de nueva maquinaria,</b> pero no se cuenta con el presupuesto necesario para poder adquirirlas.	Como mencione anteriormente <b>no son suficiente la tecnología la maquinaria</b> avanzan a pasos gigantescos pero muchas veces no se puede adquirir maquinaria o tecnología de punto porque no hay el presupuesto.	<b>Si son suficientes los recursos con los que cuenta la empresa</b> esto permite que podamos crecer más rápido como empresa	10%	El 80% de las empresas menciona que los recursos con los que cuentan la empresa son suficientes, el otro 80% menciona que el financiamiento y la maquinaria son recursos que faltan dentro de la empresa
<b>Pregunta 6: ¿Conoce acerca de la propiedad industrial?</b>						
Si conozco acerca de la <b>propiedad industrial</b> y la verdad me parece un tema bastante importante lo cual todos los empresarios deberíamos aplicarlo.	Si, todos los emprendedores o empresarios deberían conocerla, pero muchas veces no se puede aplicarla por el dinero que se requiere para hacerlo o muchas empresas prefieren no hacerlo.	No, desconozco del tema	Escuchado algo acerca del tema, pero realmente no me ha interesado el tema	<b>Si, conozco acerca del tema y me parece realmente importante</b> espero en un futuro poder aplicarlo en la empresa	50%	El 50% de las empresas mencionan que desconocen acerca de la propiedad industrial por ende desconocen de los beneficios que tendrían si la aplicaran.
<b>Pregunta 7: ¿Su empresa tiene registrada la marca o logotipo de la empresa?</b>						
La empresa si tiene <b>registrada la marca</b> Anitex	La empresa cuenta con la patente municipal es decir el nombre de la empresa está registrada pero no	No la empresa no tiene registrada con lo que cuenta en con una patente municipal la cual es importante	No la empresa no tiene ningún registro de este tipo.	No, la empresa no tiene registrada la marca	10%	El 90% de las empresas no tienen registrada una marca o logotipo de la empresa

	cuenta con una patente de algún producto, teníamos la oportunidad de <b>patentar</b> un calentador que diseñamos para un colegio, pero por factor tiempo y dinero no lo hicimos	adquirirla para poder operar en el sector.				
<b>Pregunta 8: ¿Conoce el proceso que se debe seguir para poder patentar un producto, diseños industriales, marca o logotipo?</b>						
<b>Si conozco acerca del proceso</b> ya que como antes mencione la marca ANITEX está registrada.	Si conozco acerca del proceso, pero no lo he puesto en práctica dentro de la empresa	<b>No, desconozco acerca de ese tipo de proceso</b> la empresa aún se administra de una manera empírica.	El proceso para poder registrar la empresa en Atuntaqui lo conozco es decir para adquirir la patente municipal y que conste el nombre Carlex, <b>procesos para patentar productos, marcas, logotipos, etc. desconozco.</b>	<b>Si conozco acerca de proceso</b> y se lo realiza en las oficinas de Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI)	25%	El 75% de las empresas conocen acerca del proceso de patentar un producto, diseño industrial marca o logotipo sin embargo no hay puesto mayor interés para aplicar en sus empresas.
<b>Pregunta 9: ¿Existe algún tipo de incentivo por parte de la cámara textil hacia los empresarios o emprendedores para que su producción sea más innovadora y de esta manera poder alcanzar mercados internacionales?</b>						
La cámara textil <b>oferta capacitaciones</b> o realiza reuniones frecuentes para incentivarlos como empresarios a exportar nuestros productos.	Por parte de la cámara textil no existe ningún tipo de apoyo, la empresa pertenece al gremio de artesanos.	Como empresa no se ha tenido acercamiento con la cámara textil	Si, la cámara textil siempre ha demostrado <b>predisposición en capacitarnos o dar a conocer acerca de procesos de exportación</b> para que nuestros productos	La cámara textil siempre ha demostrado <b>predisposición para capacitar o dar a conocer acerca de procesos de exportación</b> para que nuestros productos	75%	El 25% de las empresas mencionan que la cámara textil no ha demostrado apoyo a sus empresas para poder exportar sus productos

			lleguen a mercados internacionales.	lleguen a mercados internacionales		
<b>Preguntas 10. ¿Su empresa ha realizado exportaciones de productos textiles con marca propia sin la intervención de terceras personas?</b>						
No, la empresa aún <b>no ha realizado ninguna exportación.</b>	La empresa <b>no ha realizado exportaciones</b> se ha enfocado más al mercado local, el <b>posicionamiento de marcas establecidas</b> como Nike, Adidas, Reebok, Puma no permite que la empresa pueda ofrecer un producto con su marca propia y que esta sea aceptada en el mercado.	No los productos se comercializan solo en <b>mercado local.</b>	No, con la marca propia en si Carlex no se han realizado exportaciones lo que, si se han <b>entregado productos a clientes que realizan exportaciones</b> a Colombia, España, etc.	No <b>se realiza exportaciones</b> la empresa elabora las prendas de vestir y <b>abastecen a principales cadenas como Etafashion, De Praty.</b>	0%	El 100% de las empresas mencionan que no han realizado exportaciones
<b>Pregunta 11: ¿Cuáles son los productos de su empresa que más se comercializan en el mercado? ¿Por qué cree que se comercializan más?</b>						



<p>Los <b>productos que más se comercializan son las camisetas</b>, pijamas, licras deportivas y suéteres de dama.</p>	<p>Los productos que más se comercializan son los <b>calentadores para damas, caballeros</b>, niñas, niños y las camisetas de algodón.</p>	<p>Los productos que más se comercializan son los calentadores de damas y caballeros.</p>	<p>Los productos que más se comercializan son los suéteres, de dama caballeros y los ponchos.</p>	<p>Lo que más se comercializa es la ropa de moda y ropa de trabajo.</p>	<p>100%</p>	<p>Las empresas mencionan que los productos que más se comercializan son camisetas de algodón, suéteres, calentadores etc.</p>
--	--	---	---	---	-------------	--

**Fuente:** Elaboración propia

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4. RESULTADOS**

#### **4.1.1. Resultados de la entrevista a empresarios del sector textil**

Una vez aplicadas las entrevistas a propietarios de las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui se realiza el respectivo análisis de como las entrevistas aplicadas aportaron al tema de investigación y se da a conocer sus principales opiniones.

Una vez que se realizó la aplicación del coeficiente de concordancia estadística de Kendall se obtuvo el 68% lo que significa que los empresarios concuerdan en que aplicar las categorías de la propiedad industrial permitirá que se aumente el fomento a las exportaciones. Para ello a continuación se explica los resultados de los criterios en base al análisis de la entrevista y el coeficiente.

#### **Desarrollo tecnológico**

El desarrollo tecnológico ha sido un problema difícil de superar en cuanto se refiere a sector textil de la ciudad de Atuntaqui, la tecnológica se encuentra en constantes cambios por lo que a los empresarios del sector textil les cuesta mucho estar constantemente tecnificando sus procesos.

Algunas de las empresas han realizado la adquisición de nueva maquinaria, pero, sin embargo, no es suficiente para poder ser competitivos, muchos de los empresarios recurren a comprar maquinas con marcas no reconocidas porque su costo es más bajo comparado con marcas de maquinaria industrial reconocidas, pero este representa también una amenaza ya que al uso de 6 meses o 1 año empiezan a presentar imperfecciones que representan más gastos para la empresa.

Para las empresas es muy importante contar con todas las maquinas necesarias para así realizar más productos a menor tiempo es decir optimizando tiempos y recursos.

#### **Innovación**

La innovación en el sector textil de la ciudad de Atuntaqui también es un factor muy importante para tomar en consideración, los empresarios tienen que estar en constante creación e innovación de diseños, productos, el talento humano es muy importante dentro

de una empresa y de una u otra manera aportan a la innovación o creación de nuevos productos.

Es importante que las empresas creen marcas, logotipos, llamativos que capten la atención del cliente, e innoven sus productos creando nuevos productos para de esta manera poder patentizarlos.

### **Categorías de la propiedad industrial**

La mayoría de los empresarios conocen el tema de propiedad industrial y les parece un tema bastante interesante sin embargo solo una de las empresas lo aplica, el tener registrada una marca, patente, logotipo, etc., aportaría mucho al crecimiento del sector ya que de esta manera disminuiría de cierta manera la competencia imperfecta y podrían ser más competitivos.

### **Mercados internacionales**

La mayoría de las empresas del sector no han realizado la exportación de productos textiles mencionan que están más enfocados en mercados locales sin embargo mencionan que sus productos si ha llegado a mercados internacionales pero no con una marca propia sino con marcas de terceras personas, lo cual nos les permite el crecimiento en mercados internacionales, es hay en donde se ve la necesidad de aplicar la propiedad industrial al aplicarla aportaría significativamente al crecimiento de las empresas tanto a nivel nacional como internacional.

Para Realizar un estudio de mercado se analiza el ciclo de vida de los cuatro principales productos en el cual se determinó que los suéteres son un producto en el cual puede tener un crecimiento en mercados internacional, según el estudio de mercado realizado se determinó que los suéteres se podrían fomentar a las exportaciones a Alemania.

#### **4.1.2 Resultados de la entrevista aplicada al MSc. Wilson Pasquel docente de la Universidad de Otavalo**

La presente entrevista fue dirigida al MSc. Wilson Pasquel docente de la universidad de Otavalo de la carrera de comercio exterior, siendo este un tema relevante en la investigación para el análisis de la propiedad industrial en el sector textil.

En primer lugar el experto sobre el tema de propiedad industrial da a conocer que significado tienen la propiedad industrial en donde menciona que la propiedad industrial básicamente, hace referencia a proteger marcas, patentes, diseños industriales, es decir es un conjunto de derechos que puede poseer una persona, cabe destacar la importancia de la OMPI ya que es una organización que es muy representativa a nivel mundial, todas las empresas sean a cuál sea al sector que pertenezcan deben aplicarla, conocer más a fondo este tema, que aportara al crecimiento económico del país.

La propiedad industrial está compuesta por varias categorías, las categorías las cuales básicamente se refieren a patentes, diseños industriales, marcas, logotipos, nombres comerciales, para que de esta manera ayuden al creador a distinguirse de los demás si los empresarios del sector textil ponen más atención al tema y deciden ser creativos, innovar pueden aplicarla y sería un gran aporte tanto para la economía de ellos mismo como para la economía del país, las exportaciones aumentarían de una manera significativa.

Todo es cuestión de saber usar y sacar provecho de los mecanismos que se nos presenta con la propiedad industrial todos ofrecen beneficios a futuro.

Además menciona como la pandemia COVID-19 afecto al sector textil en si a todo el mundo menciona, la pandemia COVID-19 ha sido algo muy fuerte y demasiado doloroso para el mundo, el sector textil en el año 2020 fue altamente perjudicado las personas a nivel mundial dejaron de comprar productos que no son considerados de necesidad por lo que sus exportaciones disminuyeron de una manera abrupta, algunas de las empresas del sector tuvieron la necesidad de cerrar las puertas de sus fábricas hasta que la economía de cierta manera vuelva a estabilizarse.

Como ultimo aporte, el entrevistado menciona que, Existen diversos tipos de protección dentro del sector textil yo personalmente recomendaría hacer uso del registro de la marca que ofrezco al mercado, como bien se sabe la marca es lo que atrae a los clientes, en si es el distintivo para la empresa, además, es importante mencionar que el SENADI con el fin de incentivar a los productores nacionales pueden acceder a un descuento del 50% del valor real para adquirir la marca.

#### **4.1.2 Resultados de la entrevista aplicada al Abg. Oscar Andrés Orellana especializado en el área de propiedad industrial**

La presente entrevista fue dirigida al Abg. Oscar Andrés Orellana especializado en el área de propiedad industrial siendo este un tema relevante en la investigación para el análisis de la propiedad industrial en el sector textil.

Como primer punto el entrevistado menciona que La propiedad industrial comienza a aparecer en el año de 1883, a medida que pasa el tiempo esta va adoptando nuevas reformas, leyes, etc. A parecen las categorías de la propiedad industrial las cuales básicamente se refieren a patentes, diseños industriales, marcas, logotipos, nombres comerciales, para que de esta manera ayuden al creador a distinguirse de los demás, la OMPI es una organización muy importante nivel mundial.

Las empresas del sector textil deberían aprender mucho acerca del tema, capacitarse y sobre todo aprender que al aplicarla esta les trae grandes beneficios por ejemplo convertirse en dueños absolutos de una invención por ende esto traerá consigo grandes oportunidades de crecer y ser más competitivos.

Además, que el aporte de la aplicación de propiedad industrial es muy significativo ya que permitiría de cierta manera a disminuir la piratería que existen hoy en día en todo el mercado, llevando consigo una competencia imperfecta, al disminuir la piratería este permite crecer, innovar, crear, brindar productos únicos y exclusivos a sus clientes, que productos nacionales sean comercializados en mercados internacionales importantes.

Los derechos de propiedad industrial generan un impacto muy positivo a los empresarios del sector textil, ya que esto significa generación de empleo, de ingresos no solo se beneficia el dueño como tal sino todos sus trabajadores que a diario se encuentran haciendo esfuerzos por superarse cada día.

La crisis del coronavirus ha sido algo muy fuerte la cual muchos de los países no estaban aptos para enfrentarla el sector textil sin duda alguna ha sido el más perjudicado el cierre de fronteras terrestres, marítimas y aéreas provoco que el comercio entre diferentes países se congele, generando grandes pérdidas.

El sector textil fue uno de los sectores más perjudicados en el Ecuador la cancelación de pedidos afectó a empresas y a muchos trabajadores.

Los diseños industriales son muy importantes cuando se quiere obtener la exclusividad por un tiempo determinado, así como también los derechos de autor que pueden demostrarse por medio de los catálogos o fotos de las prendas de vestir.

#### **4.1.3. Interpretación de la entrevista**

Las empresas cumplen un rol importante en el desarrollo del sector textil de la ciudad de Atuntaqui es muy importante el desarrollo tecnológico ya que de esta manera las empresas se pueden industrializar más de esta manera podrán tecnificar sus procesos con el fin de optimizar tiempo y recursos, aquí los empresarios podrían aplicar una economía a escala ya que esta se refiere a producir más a menos costo lo cual les permitirá ser más competitivos.

La importancia de la innovación en las empresas es un factor importante que tomar en consideración sin embargo las empresas mencionan que el talento humano es clave también para el crecimiento de la empresa ya que ellos pueden aportar con ideas siendo responsables, creativos e innovando constantemente diseños en los productos o creando productos nuevos.

Sería bastante conveniente que las empresas reciban más apoyo por parte de entidades financieras o entidades públicas para que de esta manera pueda existir mayor asociatividad y puedan recurrir a préstamos bancarios con una tasa de interés baja para que de esta manera las empresas puedan adquirir maquinaria nueva, tecnología de punta, materias primas de calidad, si el sector textil logra crecer aún más en el mercado local será más fácil que lleguen a mercados internacionales.

Las entidades públicas deberían realizar capacitaciones constantes con los empresarios impartiendo temas importantes como por ejemplo la propiedad industrial, y el fomento a las exportaciones, para que de esa manera las empresas demuestren interés por aplicar las

categorías de la propiedad industrial en su empresa, de esta manera llegar a ser más competitivos, incentivándolos a que exporten sus productos.

#### **4.1.4 Interpretación de la entrevista a expertos**

Los entrevistados mencionan que la propiedad industrial permite proteger un bien que fue creado por una persona y lo nombra inmediatamente como único y legítimo de su actor o dueños de su creación o invención, además menciona que dentro de la propiedad industrial se identifica las categorías de esta las cuales son, las patentes, las marcas, diseños industriales, logotipos, etc.

Mencionan que la aplicación de la propiedad industrial en el sector textil generaría grandes beneficios tanto para los dueños de las empresas como para los trabajadores ya que esto genera empleo, al ofertar un producto único al cliente esto hace que el cliente cada vez se fidelice más con la empresa por ende esto significa el crecimiento económico y competitivo dentro del mercado.

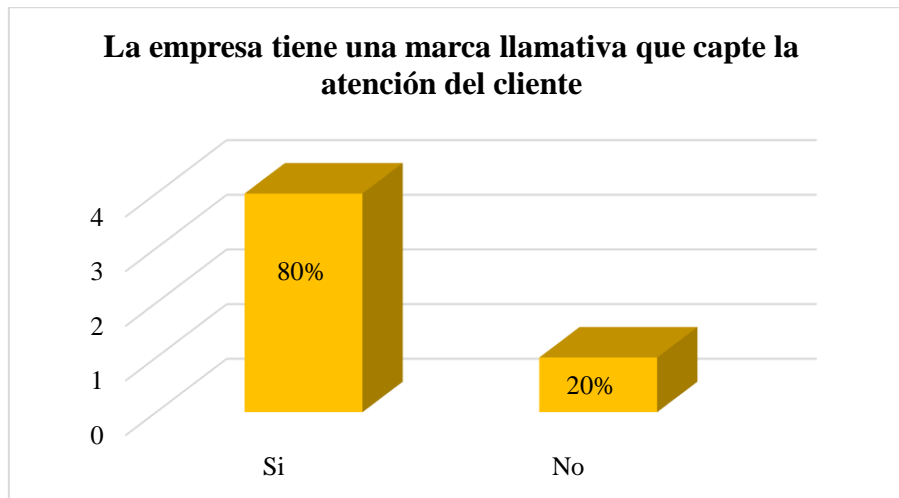
Menciona que los derechos de propiedad industrial al aplicarlos o utilizar cualquier mecanismo dentro del sector textil esto genera beneficios futuros con el afán de que cada vez los derechos de propiedad industrial se utilicen más en el sector.

La pandemia COVID-19 representando una amenaza muy fuerte a nivel mundial la cual no todos estaban preparados para enfrentarla, el sector textil ha tenido grandes pérdidas, pero sin embargo hoy en día trata de recuperarse utilizando diferentes formas de ser competitivos en el mercado.

Como último aporte que se puede mencionar de las entrevistas es que los expertos manifiestan que la marca sería una muy buena opción para proteger una prenda de vestir de dicho sector ya que esta representa un distintivo de la empresa, los diseños industriales representan exclusividad, algo que todos los clientes buscan encontrar productos nuevos, únicos en el mercado.

### 4.1.3. Resultados de la ficha de observación

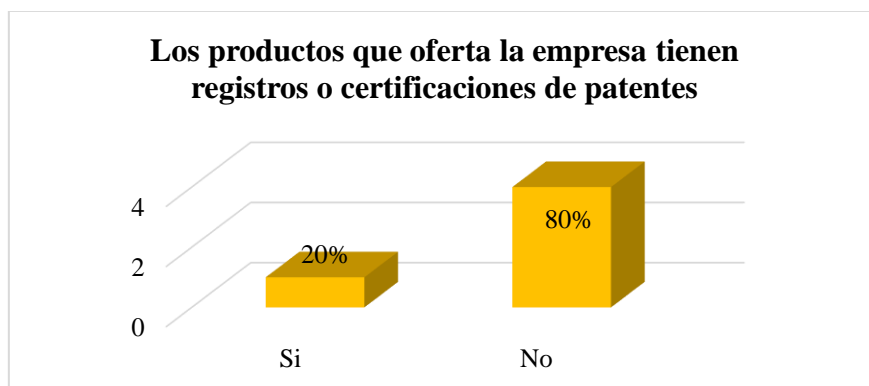
#### Pregunta N° 1



**Figura 31.** La empresa tiene una marca llamativa que capte la atención del cliente  
**Fuente:** Elaboración propia

La gran mayoría de las empresas si tienen una marca llamativa que captan la atención de los clientes, la marca en una empresa es muy importante ya que esta permite que se distingan de su competencia por ende les permite ser más competitivos dentro del mercado, en su mayor parte las empresas tienen marcas con colores llamativos, utilizan eslóganes creativos y diferentes tipografías, al contrario de otras empresas que no se han preocupado por innovar en su marca utilizan nombres muy largos o colores bastantes neutros lo cual no permite que los clientes se sientan atraídos.

#### Pregunta N° 2



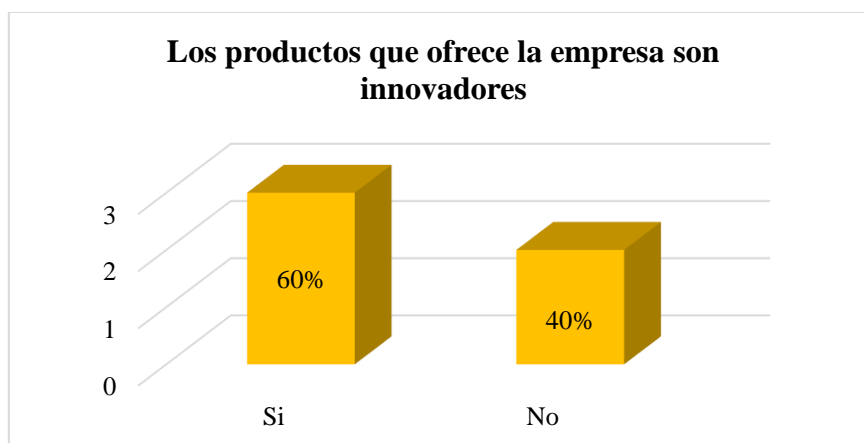
**Figura 32.** Los productos que oferta la empresa tienen registros patentes  
**Fuente:** Elaboración propia



Las empresas en su gran mayoría no tienen registros o certificaciones de los productos que ofertan en el mercado, consideran que, si es importante tener registros o certificaciones de los productos pero que por factor tiempo o dinero no lo han hecho, además en la observación se pudo identificar que la mayor parte de las empresas que se encuentran en la ciudad de Atuntaqui ofertan una similar línea de productos, que la competencia imperfecta es algo que perjudica mucho al mercado local.

Una menor parte de las empresas si cuentan con certificaciones o registros de sus productos para de esta manera poder ser identificados por sus clientes y evitar copias de sus competidores, si todas las empresas realizaran el registro o certificaciones de sus productos les permitirá disminuir drásticamente la competencia imperfecta, y la copia de producto que se da a diario, y esto les permitiría ser competitivos y generar más rentabilidad en sus empresas.

### Pregunta N° 3

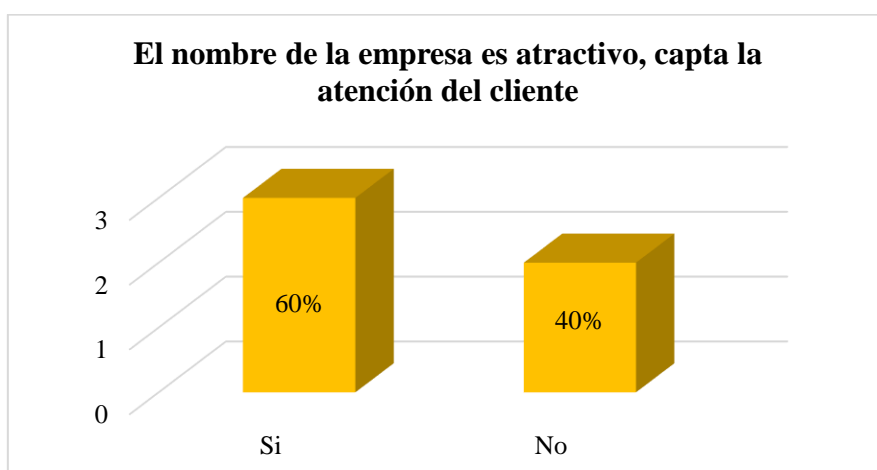


**Figura 33.** Los productos que ofrece la empresa son innovadores  
**Fuente:** Elaboración propia

Se puede identificar que técnicamente no es tanta la diferencia, las empresas si ofertan productos innovadores ya que ofrecen productos con diseños nuevos, modelos modernos y que a diario están poniéndose a la moda para poder así satisfacer los gustos y preferencias de sus clientes, a muy pocas empresas se les hace difícil o complejo innovar sus productos lo cual no les permite captar la atención de nuevos clientes.

Ser creativos o innovadores permite aprovechar todos los recursos con los que cuentan la empresa y obtener mayores beneficios económicos.

#### Pregunta N°4



**Figura 34.** El nombre de la empresa es atractivo, capta la atención del cliente  
**Fuente:** Elaboración propia

En un porcentaje poco superior las empresas tienen un nombre atractivo lo cual llama la atención del cliente ya que son nombres no tan largos y son fáciles de recordar y de poder identificar, la menor parte de las empresas tienen un nombre complejo de pronunciar, largo o difícil de recordar.

Todas las empresas deben considerar que el nombre es muy importante ya que ese será la denominación que el cliente utilizara para buscarlos y reconocerlos, además, de que es una parte muy fundamental para crear la imagen de la marca hay que tener en mente que el nombre la tarjeta de presentación ante sus potenciales clientes.

#### Pregunta N° 5

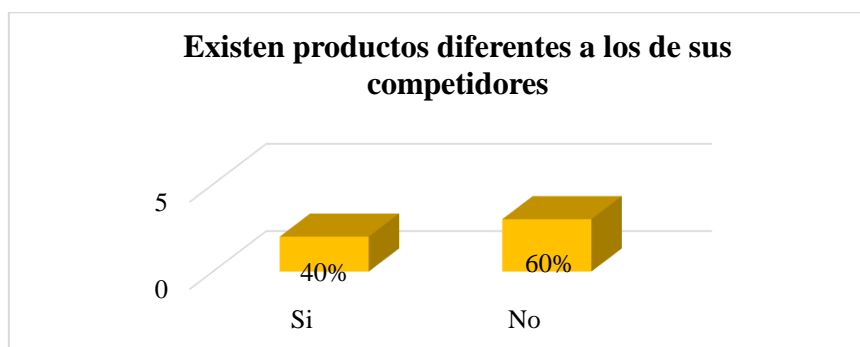
**Tabla 46.** La atención al cliente es la adecuada y eficiente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	5	100	100	100

**Fuente:** Elaboración propia

En su totalidad las empresas prestan una atención al cliente adecuada y eficiente el trato a los clientes es cordial, educado, rápido y personalizado es importante que los clientes se sientan a gusto y de esta manera sientan que el servicio que la empresa les da es de calidad, mientras más adecuado y eficiente es el trato al cliente existan más posibilidades de que los clientes adquieran sus productos y se fidelicen con la empresa.

### Pregunta N°6



**Figura 35.** Existen productos diferentes a los de sus competidores  
**Fuente:** Elaboración propia

La mayoría de las empresas que se encuentran en la ciudad de Atuntaqui ofrecen la misma línea de productos ropa calentadores de hombre, calentadores de mujer, camisetas de algodón y de punto de hombre y mujer una pequeña cantidad realizan productos diferentes, es decir, suéteres, de mujer y de hombre, ponchos, gorras, etc., estos productos son elaborados con lana es muy importante que las empresas constantemente estén innovando o creando nuevos productos diferentes a los de sus competidores esto les permitirá posicionarse mejor en el mercado.

### Pregunta N°7

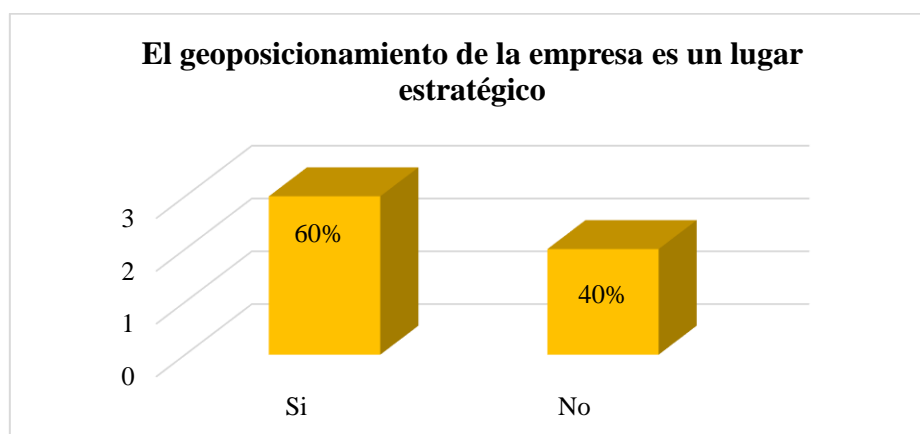
**Tabla 47.** Es buena la calidad de los productos de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido Si	5	100	100	100

**Fuente:** Elaboración propia

En su totalidad las empresas ofrecen productos de buena calidad a sus clientes, utilizando materia prima y acabados de calidad, para que de esta manera los clientes se sientan conformes, satisfechos y los distinguan de su competencia.

### Pregunta N°8



**Figura 36.** El geoposicionamiento de la empresa es un lugar estratégico

**Fuente:** Elaboración propia

En la mayoría se observó que el geoposicionamiento de las empresas se encuentra en un lugar estratégico, se encuentran ubicadas en las calles principales o cerca al parque central de la ciudad, por lo que es fácil de localizarlas y llegar, en cuanto se refiere a una pequeña cantidad de empresas el geoposicionamiento no es el adecuado, se encuentran ubicadas en calles muy poco conocidas de la ciudad o no existen referencias fáciles para localizarlas.

### Pregunta N° 9

**Tabla 48.** El ambiente laboral es bueno dentro de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	5	100	100	100

**Fuente:** Elaboración propia

La totalidad de las empresas que se realizó la observación trabajan en un ambiente laboral adecuado esto les permite que las empresas crezcan más ya que todos trabajan como equipo con un solo objetivos generar mayor rentabilidad y obtener más clientes para las empresas.

### Pregunta N° 10

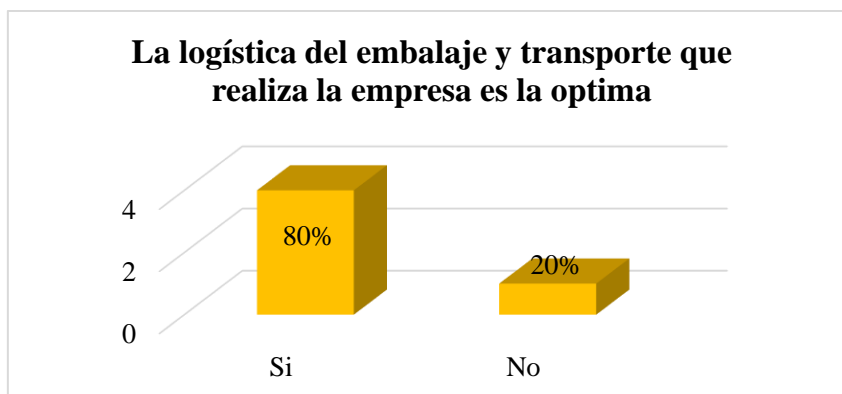
**Tabla 49.** La logística con la cual la empresa realiza sus productos es la adecuada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	5	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

En su totalidad las empresas realizan una logística adecuada desde el ingreso de materia prima hasta la transformación de los productos, es muy importante que las empresas hagan este proceso de una manera adecuada ya que al hacerlos les permite optimizar tiempo y recursos generando beneficios para la misma.

### Pregunta N° 11



**Figura 37.** La logística del embalaje y transporte  
Fuente: Elaboración propia

La gran mayoría de las empresas cuentan con una logística de embalaje y transporte óptimas ya que los productos llegan a su destino en el tiempo requerido del cliente, una pequeña cantidad de empresas no tienen una logística de embalaje y transporte óptima, ya que existe mucha desorganización al momento de realizar una entrega de productos a los clientes.

## 4.2 DISCUSIÓN

Para la ejecución del presente trabajo de investigación se determinó que la teoría de la ventaja competitiva postulada por Michael Porter tiene mayor importancia y relevancia se tomara como referencia a la teoría para realizar una comparación entre los postulados

de la teoría y si las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui para poder identificar si se cumplen o no dichos postulados.

Es importante tomar en consideración las tres estrategias básicas que se mencionan en la teoría liderazgo de costos, diferenciación y enfoque de mercado hoy en día el sector textil es uno de los sectores más importantes del país y es importante que este en constante innovación para así satisfacer los gustos y preferencias de los clientes.

Liderazgo de costos: Riquelme (2018) afirma:

Son aquellas estrategias con las que se ofertan productos similares a los de otras empresas a un costo menor, es decir, determinada empresa se plantea ser el productor de menor costo en su sector industrial a fin de logara una diferenciación. (p.3)

Considero que las empresas del sector no aplican esta estrategia ya que para aplicarla la empresa debería tener la capacidad de reducir costos en los eslabones de la cadena de valor para que de esta manera al tener el producto terminado el valor final sea más bajo al de sus competidores pero sin perjudicar la calidad del producto ya que lo que se busca es satisfacer los gustos y preferencias de los cliente, sin embargo, muchas de las empresas lo que hacen es practicar a diario una competencia imperfecta en donde ofertan productos similares a los de sus competidores a muy bajos costos pero, la calidad de los productos no es buena y afectan de una manera significativa a los precios del mercado.

Diferenciación: (2016)

Una empresa se diferencia de sus compradores si puede ser única en algo que pueda ser valioso para los compradores, el grado en el que los competidores en un sector industrial puedan diferenciarse de los otros es un elemento importante en el sector industrial. (p.10)

Las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui no aplican la estrategia de diferenciación ya que todas ofertan productos semejantes a los de sus competidores todas siguen una misma línea las cuales no les permite diferenciarse de su competencia, la copia de los productos es algo que se ve a diario un día una empresa oferta y promociona productos nuevos innovadores, al día siguiente su competencia ofrece el mismo producto y a un menor costo.

Enfoque de mercado: Según Berna (2018) afirma: “la estrategia de enfoque en mercados se basa en diseñar productos enfocados a mercados concretos de clientes con gustos muy específicos y que están dispuestos a pagar más por productos adaptados a sus necesidades” (p.19).

Generalmente esta estrategia se la utiliza en mercados pequeños para el cual los competidores no se han preocupado en elaborar productos concretos que sean necesarios para dicho mercado lo cual podemos decir que esta estrategia tampoco aplica las empresas de dicho sector ya que todas se enfocan a un solo mercado a mujeres, hombres, niños, niñas y uno existe una empresa que se enfoque específicamente a un solo segmento de mercado.

Según menciona Nasamues. R, (2018) “Análisis del acuerdo Multipartes Unión Europea Ecuador-Colombia y la competitividad en el sector textil”

Dentro de los hallazgos de la investigación se determina que actualmente la competitividad ha sido un factor clave para el posicionamiento de las economías en desarrollo y sin duda es un reto para las economías subdesarrolladas; el acuerdo Multipartes Unión Europea con los países andinos ha ejercido cierto dinamismo por parte de las naciones, con el fin de aprovechar este convenio el cual beneficia al sector textil el sector textil es uno de los más importantes para Ecuador y Colombia, debido a que representan el 8% y el 3,4 % del PIB nacional respectivamente (Revista Líderes, 2016); sin embargo, estos países convergen en situaciones distintas y su realidad competitiva difiere una de la otra.

Además, menciona que el acuerdo Multipartes resulta conveniente para Ecuador ya que representa los mismos beneficios y una gran oportunidad para los países andinos, pueden exportar sus productos hacia el bloque europeo, el sector textil ecuatoriano representa un valor muy importante para la economía del país, El sector textil de Ecuador resalta la importante participación en tejidos, prendas de punto, hilados y ropa de hogar en los cuales en base al factor innovación puede generar productos con ventaja competitiva frente a Colombia.

Para que las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui puedan llegar hacer competitivo es importante que el gobierno y sus empresarios trabajen más en dicho sector, casi todas las empresas de dicho sector no pueden implementar mayor tecnología lo cual es un obstáculo que no les permite tecnificar más su producción, el talento humano es muy fundamental en una empresa lo cual es importante que este en constantes capacitaciones.

Ya que el sector textil requiere de estar siempre a la moda para así poder ofertar productos que estén de acuerdo con la temporada la gran mayoría de los trabajadores realizan un trabajo adecuado pero muchas veces los recursos de las empresas no les permite explotar todo su potencial.

La calidad de la materia prima es un factor que también afecta a la producción de los productos textiles ya que sus productores prefieren adquirir o comprar materias primas que tengan un costo bajo pero su calidad es mala, por ende, los compradores prefieren comprar otros productos.

Es importante que perfeccionen los acabados de las prendas para que así los productos tengan mayor acogida en el mercado, es transcendental que los productores del sector textiles conozcan acerca de la propiedad industrial ya que de esa manera les permitirá proteger sus innovaciones y hacer que sus productos o marcas sean únicas y auténticas en el mercado nacional y fomentar a las exportaciones.

Díaz (2016) menciona que el sector textil ecuatoriano se enfrenta al menos a cinco problemas los cuales son un obstáculo que se interponen para ser más competitivos:

- Crecimiento lento
- Importaciones más baratas que la producción local
- Materias primas más costosas que el mercado internacional
- Mercado local pequeño y saturado
- Falta de fomento a las exportaciones



Para poder disminuir de cierta manera estos problemas a los que se enfrentan a diario los empresarios del sector textil es importante que conozcan más acerca de la propiedad industrial y las categorías que constan dentro de ella las patentes, diseños industriales, marcas.

### **COVID-19 y su efecto en el sector textil**

El sector textil hace cuentas del año más complejo que ha atravesado en su historia, agravado por la pandemia de COVID-19, y traza un plan para recuperar su producción y así generar más plazas de empleo. (Díaz J. , 2021)

Según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI), durante el año pasado el sector perdió 500 millones de dólares en 2019 fueron 1.387 millones de dólares en ventas para 2020 la cifra se ubicó en los 886 millones de dólares, aseguró este 9 de marzo de 2021 Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE).

La situación afectó al empleo en el sector las cifras muestran que en el período de agosto 2019 hasta agosto del 2020 hay una caída del 27 % en el empleo pleno sectorial en el área textil y de confección, la baja en textil es del -29 % y de confección es del -20 %.

Ante ese escenario adverso, el sector textil busca mejorar su competitividad para poder ingresar a nuevos mercados a través de las exportaciones, para ello, han desarrollado un plan denominado Estrategia Competitiva del Clúster Textil y de la Confección. “Tiene un objetivo muy claro: diseñar e implementar un plan de mejora competitiva del ‘clúster’ textil y de la confección ecuatoriana, con un enfoque de internacionalización de productos. Vamos a ser un sector que atienda al mercado local, pero también que exporte y exporte más”, dijo Díaz, la AITE busca la cooperación y financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para implementar su plan de mejora competitiva.

Los resultados de la investigación se están de acuerdo con lo que plantea el antecedente se llegó a los mismo los cinco obstáculos que se menciona no permiten que las empresas del sector textil crezcan y lleguen a mercados internacionales es muy importante que el gobierno trabaje en ello y brinde ayuda o mayor atención a las empresas del sector para de esta manera ir buscando soluciones a los problemas que se presentan.

Básicamente la propiedad industrial permite comprender que los objetos de propiedad industrial consisten en signos que transmiten información, en particular a los consumidores, en relación con los productos y servicios disponibles en el mercado la protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos y evitar una competencia desleal. (OMPI, 2016, p.4)

En su gran mayoría las empresas del sector textil desconocen de la propiedad industrial y por ende las categorías de la propiedad industrial por lo que no les ha causado interés por conocerla y mucho menos por aplicarla.

En cambio, otras si conocen el tema, pero por factores como el tiempo o dinero no la han aplicado de esta manera dejando que sus competidores copien sus ideas, sus productos y entreguen los precios a un menor costo.

El primer objetivo específico “Fundamentar Bibliográficamente las categorías de la propiedad industrial en el sector textil en el cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones” se dio cumplimiento con la realización del trabajo investigativo donde se tomó las fuentes secundarias como las tesis, artículos científicos, páginas web.

Según el segundo objetivo específico “Diagnosticar los principales productos textiles que se exportan dentro del sector textil e identificar cuantas empresas de la ciudad de Atuntaqui conocen acerca de la propiedad industrial” se realizó mediante la observación de las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui en donde se identificó que los principales productos que se importan y se exportan son los calentadores de hombre, calentadores de mujer, T-shirts y camisetas de punto y suéteres.

Para el cumplimiento de este objetivo se utilizaron datos proporcionados por el portal Cobus Group, es importante dar cumplimiento a este objetivo es porque de esta manera podremos identificar si existen mayores exportaciones o importaciones de los productos textiles.

Según los datos proporcionados por el portal de Cobus Group se pudo identificar que existe un déficit de exportaciones las importaciones son superiores, según las empresas

que se dedican a la producción de estos textiles uno de los principales problemas a los que se enfrentan son que los clientes prefieren adquirir productos de marcas reconocidas como Nike, Adidas, Reebok, puma, etc.

El tercer objetivo específico es “Aplicar la propiedad industrial en el sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y fomentar a las exportaciones” para poder dar cumplimiento a este objetivo específico se realizó una observación a las empresas del sector textiles de la ciudad de Atuntaqui y entrevistas a los propietarios de las mismas empresas para poder identificar si conocían acerca del tema de propiedad industrial.

Mediante el estudio realizado se pudo identificar que las empresas del sector textil de la ciudad de Atuntaqui en su gran mayoría desconocen acerca del tema de propiedad industrial y algunas que si conocen prefieren no aplicarla ya que mencionan que para hacerlo requieren de tiempo y dinero.

Sería conveniente de que las empresas apliquen la propiedad industrial ya que así se convertirían en dueños absolutos de su marca o invenciones para de esta manera evitar plagios y así ser más competitivos en el mercado.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

- ✓ En la presente investigación se fundamenta la propiedad industrial, la cual se basó en la teoría de la propiedad, que nos da un concepto claro y conciso de que trata la propiedad industrial, además se plantea la nueva teoría del comercio y la teoría de la ventaja competitiva.
- ✓ En su mayoría los empresarios del sector textil desconocen acerca del tema de las categorías de la propiedad industrial y los empresarios que si conocen acerca del tema no la aplican por falta de recurso económico y tiempo.
- ✓ Se realizo entrevistas a expertos acerca del tema de propiedad industrial en donde mencionan que la aplicación de las categorías de la propiedad industrial generaría grandes beneficios futuros los cual significaría el crecimiento de las empresas, trabajadores, etc. De dicho sector.
- ✓ Además, los expertos mencionan que la categoría de propiedad industrial que pueden utilizar para proteger una prenda de vestir del sector son las marcas ya que estas son el distintivo de la empresa y lo que el cliente siempre lleva en su mente y los diseños industriales ya que ofertarían exclusividad.
- ✓ El SENADI es una identidad que apoya a los productores nacionales, brindándoles beneficios, por ejemplo, descuentos de hasta el 50% a las personas que quieran registrar sus marcas, diseños industriales, etc., para que de esta manera las empresas se motiven más aplicar la propiedad industrial en sus empresas.
- ✓ Dentro del mercado nacional prevalece mucho la competencia desleal lo cual afecta de una manera muy fuerte a los productores del sector a diario se enfrentan a productores los cuales venden sus productos a costos muy bajos por ende se les hace muy complicado ser competitivos y ofertar productos de calidad a un costo muy bajo.
- ✓ La innovación es muy importante en el sector textil los empresarios deben ofertas productos con diseños y estilos nuevos, deben mantenerse siempre actualizados en la última tendencia de la moda tomando en consideración nuevos colores, modelos, diseños etc., para así poder satisfacer los gustos y necesidades de los clientes ofreciendo siempre la mejor calidad en sus productos.
- ✓ Los principales productos que más se comercializan en dicho sector son as t-shirts y camisetas de algodón, los suéteres, calentadores de hombre y de mujer, sin

embargo, utilizando como herramienta de investigación COBUS GROUP, se puede evidenciar que existen más importaciones que exportaciones de dichos productos lo cual represente una desventaja para ser competitivos con países como Colombia y Perú.

- ✓ Si todas empresas trabajaran por mejorar su marca les permitirá fidelizar más a sus clientes, ya que una marca permite dejar una huella imborrable en la cabeza de los clientes, para que de esta manera los clientes siempre recurran a comprar los productos de las empresas.
- ✓ Según el análisis del ciclo de vida de los cuatro principales productos que se comercializan en el sector textil se determinó que los suéteres son un producto que están en crecimiento en mercados internacionales, que es importante fomentar las exportaciones de este producto a mercados de países de Alemania.
- ✓ Los expertos mencionan que la propiedad industrial es un tema muy importante, que solo es cuestión de saberla aprovechar y saber de qué manera se lo hace ya que esta y su aplicación en dicho sector traerá beneficios futuros tanto para la empresa, trabajador, etc.

## 5.2 Recomendaciones

- ✓ Es importante que la cámara textil realice alianzas estratégicas con entidades públicas como por ejemplo ProEcuador para que se realicen capacitaciones o talleres constantes con los gerentes de las empresas y den a conocer más a fondo el tema de la propiedad industrial para que así los empresarios despierten interés y puedan aplicarla en sus empresas y gozar de grandes beneficios que esta genera.
- ✓ Es conveniente que las empresas reciban más apoyo por parte de entidades financieras o entidades públicas para que de esta manera pueda existir mayor asociatividad y puedan recurrir a préstamos bancarios con una tasa de interés baja, para que así los empresarios puedan adquirir maquinaria nueva, tecnología de punta, materias primas de calidad, si el sector textil logra creer aún más en el mercado local será más fácil que lleguen a mercados internacionales.
- ✓ Es importante que los empresarios del sector textil apliquen las categorías de la propiedad industrial para que así puedan patentizar sus productos, sus marcas, y así empiecen a frenar la competencia desleal que tanto prevalece en el mercado, para así, poder ser más competitivos tanto a nivel nacional como internacional.
- ✓ Todas las empresas deben estar al día con la moda al innovar los productos en una empresa les permite, diversificar el producto y ser diferente a sus competidores, generando así mayores oportunidades en el mercado y generado mayores posibilidades de satisfacer los gustos y preferencias de los clientes.
- ✓ Los empresarios del sector deben enfocarse en mejorar la calidad y los acabados de sus productos, para así lograr captar más clientes y poder expedirse en todos los mercados nacionales e internacionales, así, disminuirían las importaciones y sería. una ventaja para dicho sector.
- ✓ La marca es la imagen que queda captada en la memoria del cliente, por ende, los empresarios deben hacerla llamativa, única la cual sea capaz de convertirse en única para los clientes.

## VI. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- AITE. (Febrero de 2016). *Aite.com*. Recuperado de aite.com: <http://aite.com.ec/industria.html>
- AITE. (2019). Boletín año 2019. *Asociación de Industrias Textiles del Ecuador*, 2.
- Aldana, J. M. (2008). Paul Krugman y el nuevo comercio internacional . *Dialnet*, 78.
- Álvarez, S. &. (Junio de 2015). *Teoría de la propiedad intelectual*. Recuperado de Revista Civilizar Ciencias Sociales y Humanas: <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v15n28/v15n28a06.pdf>
- Anna, P. (14 de Abril de 2017). *OBSS*. Recuperado de Que es una economía de escala: <https://www.obsbusiness.school/blog/economia-de-escala-definicion-y-tipos>
- Arias, E. (2019). *Investigación documental*. Recuperado de Significados.com: <https://www.significados.com/investigacion-documental/>
- Baddi, G. &. (Agosto de 2014). *Aplicación de la Correlación en la Investigación*. Recuperado de Daena: [http://www.spentamexico.org/v9-n2/A3.9\(2\)18-23.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n2/A3.9(2)18-23.pdf)
- Bastidas, L. (2016). *El uso y registro frente a la protección de los nombres comerciales en Ecuador*. Recuperado de Repositorio Puce: <http://repositorio.puce.edu.ec/>
- Bell, E. (05 de mayo de 2017). *Economía a escala* . Recuperado de Blog economista: <http://blogeconomista.com/que-es-la-economia-de-escala/>.
- Bernal, J. (febrero de 2018). *Estrategias genéricas de porter*. Recuperado de Pdcahome: <https://www.pdcahome.com/9628/las-estrategias-genericas-de-porter/>
- Chavéz, J. (3 de Mayo de 2017). *Incidencia de la Marca a la Ciudad de Atuntaqui en el sector textil*. Recuperado de Repositorio UTN: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7645/1/05%20FECYT%203254%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Código Orgánico de la Producción, C. e. (2018). *correos del ecuador*. Recuperado de COPCI: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Comercio, O. M. (2020). *Covid-19 y su efecto en las exportaciones*. Recuperado de OMC: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/covid19\\_s/covid19\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/covid19_s.htm)
- Conocimientos, C. O. (2016). *Ambiente.gob.ec*. Recuperado de artículo 3: <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Codigo-Organico-Economia-Social-de-los-Conosimientos.pdf>
- Cuñat, R. (2016). *Teoría Fundamentada*. Recuperado de Aplicación de la Teoría Fundamentada: <file:///C:/Users/jos-5/Downloads/Dialnet-AplicacionDeLaTeoriaFundamentadaGroundedTheoryAIEs-2499458.pdf>
- Díaz, J. (2020 de Mayo de 2020). *Covid-19 y la afectación al sector textil*. Recuperado de Comercio.com: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/perdidas-sector-textil-produccion-coronavirus.html>
- Díaz, J. (09 de Marzo de 2021). *Covid-19 y el efecto en el sector textil*. Recuperado de Expreso.com: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/sector-textil-perdio-500-millones-2020-100228.html>
- Ecuador, C. d. (2008). *educación.gob.ec*. Recuperado de artículo 425: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- EcuRed. (2017). *Mapa del Cantón Antonio Ante*. Recuperado de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n\\_Antonio\\_Ante\\_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Cant%C3%B3n_Antonio_Ante_(Ecuador))

- Enriquez, C. (15 de Noviembre de 2019). *Registros de marcas y patentes*. Recuperado de Revista Lideres: <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-registro-solicitudes-patentes-marcas.html>
- Exterior, C. d. (2019). *Cómite de Comercio Exterior*. Recuperado de Posición Arancelaria productos textiles: [https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL\\_FINAL\\_1\\_DE\\_ENERO\\_R93.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf)
- Intelectual, O. M. (2016). *Principios Básicos de la Propiedad Industrial*. Suiza: Colombettes.
- Lideres, R. (2016). *Pib sector textil*. Recuperado de Revista Lideres : <https://www.revistalideres.ec/lideres/pib-internannual-economia-negocios-dinero.html>
- Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada, defnición de la propiedad intelectual y la industria*. Recuperado de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Manterola, O. y. (2017). *Muestreo por conveniencia*. Recuperado de SCIELO: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext)
- Mishel Medina, K. I. (26 de Octubre de 2017). *Análisis del sector textil del Ecuador y oportunidades de Exportación al mercado de la Unión Europea* . Recuperado de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/15029/1/T-UCE-0005-E005-2018.pdf>
- Morales, P. (2016). *Coficiente de concordancia de Kendall*. Recuperado de Aplicacion de los coeficientes de correlación: <http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/agrollania/2016/agro8.pdf>
- Morffe, A. (julio de 2014). *el diamante de porter*. Recuperado de Gerencia y Empresa: <https://sobregereciayempresa.blogspot.com/2013/07/modelo-del-diamante-de-porter.html>
- OMPI. (2020). *Base de datos estadisticos*. Recuperado de OMPI: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_943\\_2020.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_943_2020.pdf)
- Ornelas, A. (Junio de 2020). *Analisis del macroentorno*. Obtenido de Retos para directivos: <https://retos-directivos.eae.es/directrices-para-el-analisis-del-macroentorno-de-una-empresa/>
- Ortega, E. (2020). *Industria textil en el Ecuador*. Recuperado de EOB FASHION RETAIL: <https://enriqueortegaburgos.com/la-industria-textil-en-el-ecuador/>
- Padilla, G. (2017). *triologia de la calidad*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-segun-juran-deming-crosby-e-ishikawa/>
- Paris, C. d. (2015). *Propiedad intelectual*. Recuperado de convenio de paris: [https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/mayo/a2\\_convenio\\_paris\\_mayo\\_2015.pdf](https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/mayo/a2_convenio_paris_mayo_2015.pdf)
- Pesca, M. d. (2019). *Sector textil* . Recuperado de Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca: <https://www.produccion.gob.ec/>
- Riquelme, M. (07 de mayo de 2018). *que es liderazgo de costos*. Recuperado de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/estrategia-liderazgo-en-costos/>
- Rocha, J. (2016). *Producción y comercialización de textiles*. Recuperado de Utn: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/5227/1/02%20IEF%20133%20TESIS.pdf>



- Rodríguez, A. (febrero de 2019). *Método analítico*. Recuperado de lifeder: <https://www.lifeder.com/metodo-analitico-sintetico/>
- Roldán, P. (2016). *Economipedia*. Recuperado de Clasificación de competencia Imperfecta: <https://economipedia.com/definiciones/competencia-imperfecta.html>
- Roldan, P. (2019). *Competencia imperfecta*. Recuperado de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/competencia-imperfecta.html>
- Sampieri, R. H. (2017). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Thompson, I. (12 de Septiembre de 2016). *Promonegocios.net*. Recuperado de CompetenciaImperfecta: <https://www.promonegocios.net/mercado/competencia-imperfecta.html>
- Vázquez, M. (2017). *Muestreo no probabilístico*. Recuperado de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-resumen/>
- Villa, J. (2020). *Comercio interindustrial*. Recuperado de Retos operacionales: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/comercio-intraindustrial-de-la-teoria-a-la-eficiencia-productiva/>
- Villar, E. (02 de septiembre de 2014). *Competencia imperfecta*. Recuperado de Slidshare.net: <https://es.slideshare.net/eliēcercunningham/competencia-imperfecta-38585448>
- Vivir, P. N. (2017). *Observatorioplanificacion.cepal*. Recuperado de objetivo: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>
- Westreicher, G. (2018). *Economía escala externa*. Recuperado de ECOMIPEDIA: <https://economipedia.com/definiciones/economias-externas-de-escala.html>

## VII. ANEXOS

### Anexo 1: Guía de entrevista



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



#### Entrevista

**Tema: “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”**

La siguiente entrevista tendrá como finalidad recolectar información para fines académicos los resultados serán utilizados para evidenciar si las empresas del sector textil de Atuntaqui conocen acerca de la propiedad industrial y como esta permitiría fomentar exportaciones.

**Objetivo:** Obtener información mediante una comunicación oral y personalizada acerca de las empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui mediante una entrevista estructurada para poder identificar si conocen acerca de la propiedad industrial para el estudio del trabajo de titulación.

**Empresa:** Textil Rodal CIA LTDA

**Nombre:** Maria Eugenia Posso

**Cargo:** Recursos Humanos

1. ¿En su empresa que tipo de productos textiles produce?
2. ¿En su empresa se han innovado los procesos de producción textil?
3. ¿Cuál cree usted que es el factor primordial por lo que a muchos empresarios o emprendedores se les dificulta innovar su producción?
4. ¿En su empresa los trabajadores han innovado la producción o su forma de trabajo? ¿De qué manera han aportado?
5. ¿Los recursos (mano de obra, maquinaria, tecnología, dinero, etc.) dentro de la empresa son suficientes?
6. ¿Conoce acerca de la propiedad industrial?



7. ¿Su empresa tiene registrada la marca o logotipo de la empresa?
8. ¿Conoce el proceso que se debe seguir para poder patentar un producto, diseños industriales, marca o logotipo?
9. ¿Existe algún tipo de incentivo por parte de la cámara textil hacia los empresarios o emprendedores para que su producción sea mas innovadora y de esta manera poder alcanzar mercados internacionales?
10. ¿Su empresa ha realizado exportaciones de productos textiles con marca propia sin la intervención de terceras personas?
11. ¿Cuáles son los productos de su empresa que más se comercializan en el mercado? ¿Por qué cree que se comercializan más?



GRACIAS

## Anexo 2. Guía entrevista a expertos



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**Entrevista dirigida al Abg. Oscar Andrés Orellana especializado en el área de Propiedad Intelectual**

**Tema: “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”**

La siguiente entrevista tendrá como finalidad recolectar información para fines académicos los resultados serán utilizados para evidenciar la importancia de la propiedad industrial en el sector textil.

**Objetivo:** Obtener información mediante una comunicación oral y personalizada acerca de la importancia de la propiedad industrial en el sector textil.

1. **¿Considera usted importante que las empresas del sector textil conozcan acerca de la propiedad industrial y la apliquen en sus empresas?**
2. **¿Cómo cree usted que aportaría la aplicación de la propiedad industrial en las exportaciones del sector textil ecuatoriano?**
3. **¿Qué impacto tiene en el sector textil, el hacer uso de los derechos de propiedad industrial?**
4. **¿Qué impacto ha tenido en las exportaciones del sector textil ecuatoriano, como efecto de la pandemia Covid-19?**
5. **¿Qué tipo de protección de las categorías de la propiedad industrial recomendaría utilizar en las prendas de vestir del sector textil?**

  
GRACIAS



**Entrevista dirigida al MSc. Wilson Pasquel Docente de la universidad Otavalo de la carrera de comercio exterior**

**Tema: “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”**

La siguiente entrevista tendrá como finalidad recolectar información para fines académicos los resultados serán utilizados para evidenciar la importancia de la propiedad industrial en el sector textil.

**Objetivo:** Obtener información mediante una comunicación oral y personalizada acerca de la importancia de la propiedad industrial en el sector textil.

1. **¿Considera usted importante que las empresas del sector textil conozcan acerca de la propiedad industrial y la apliquen en sus empresas?**
2. **¿ Cómo cree usted que aportaría la aplicación de la propiedad industrial en las exportaciones del sector textil ecuatoriano?**
3. **¿Qué impacto tiene en el sector textil, el hacer uso de los derechos de propiedad industrial?**
4. **¿ Que impacto ha tenido en las exportaciones del sector textil ecuatoriano, como efecto de la pandemia Covid-19?**
5. **¿Qué tipo de protección de las categorías de la propiedad industrial recomendaría utilizar en las prendas de vestir del sector textil?**

**GRACIAS**

### Anexo 3: Guía ficha de observación empresas del sector textil



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
 ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



#### Ficha de observación

**Tema: “La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones”**

La siguiente ficha de observación tendrá como finalidad recolectar información para fines académicos los resultados serán utilizados para evidenciar si las empresas del sector textil de Atuntaqui conocen acerca de la propiedad industrial y como esta permitiría fomentar exportaciones.

**Objetivo:** Recolectar información importante mediante la observación a las empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui para de esta manera poder identificar si las empresas son innovadores y conocen acerca de la propiedad industrial para el estudio del trabajo de titulación.

**Empresa:** Textil Rodal CIA LIDA

Nº	Descripción	Si	No
1	La empresa tiene una marca llamativa que capte la atención del cliente	X	
2	Los productos que oferta la empresa tienen registros o certificaciones de patentes	X	
3	Los productos que ofrece la empresa son innovadores	X	
4	El nombre de la empresa es atractivo, capta la atención del cliente		X
5	La atención al cliente es la adecuada y eficiente	X	
6	Existen productos diferentes a los de sus competidores	X	
7	Es buena la calidad de los productos de la empresa	X	
8	El geoposicionamiento de la empresa es un lugar estratégico		X
9	El ambiente laboral es bueno dentro de la empresa	X	
10	La logística con la cual la empresa realiza sus productos es la adecuada	X	
11	La logística del embalaje y transporte que realiza la empresa es la óptima	X	

*Manuela Rosendo*  
 1891724852021



#### Anexo 4: Fotografías de la entrevista aplicada



## Anexo 5: Informe Abstract emitido por el CIDEN



### UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

#### Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

**Autor:** Cecilia Michelle Maigua Sarabino

**Fecha de recepción del abstract:** 30 de junio de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 30 de junio de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

#### **Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Edison Boanerges  
Peñañiel Arcos

Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN





**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL  
DEL CARCHI**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Cecilia Michelle Maigua Sarabino		<b>DATE:</b> 30 de junio de 2021		
<b>TOPIC:</b> "La propiedad industrial en el sector textil del cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones".				
<b>REMARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic <input checked="" type="checkbox"/>	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic <input type="checkbox"/>	Use basic and simplistic words related to the topic <input type="checkbox"/>	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Some progression of ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>	Inadequate ideas and supporting paragraphs. <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text <input type="checkbox"/>	The message has been communicated appropriately and identify the type of text <input type="checkbox"/>	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing <input type="checkbox"/>	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Good flow of ideas and events <input checked="" type="checkbox"/>	Average flow of ideas and events <input type="checkbox"/>	Poor flow of ideas and events <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement <input type="checkbox"/>	Minor errors when supporting the thesis statement <input checked="" type="checkbox"/>	Some errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>	Lots of errors when supporting the thesis statement <input type="checkbox"/>
	EXCELLENT: 2	GOOD: 1,5	AVERAGE: 1	LIMITED: 0,5
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED			
	<b>TOTAL 9</b>			

## Anexo 6: Acta



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** Maigua Sarabino Cecilia Michelle      **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 1004141188  
**NIVEL/PARALELO:** EGRESADAS      **PERIODO ACADÉMICO:** Jun-Sep 2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** La propiedad industrial en el sector textil del Cantón Antonio Ante ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSc. Julio Iván López Cadena  
**LECTOR:** MSc. Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema  
**ASESOR:** MSc. Germán Georing Ruíz Rivadeniera

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 0      **AULA:** Virtual  
**FECHA:** viernes, 27 de agosto de 2021  
**HORA:** 09H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5.10  
2) Trabajo escrito 2.60  
**Nota final de PRE DEFENSA 7.70**

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el      viernes, 27 de agosto de 2021

JULIO IVAN  
LOPEZ  
CADENA

Firmado digitalmente por  
JULIO IVAN LOPEZ  
CADENA  
Fecha: 2021.08.30  
11:55:55 -05'00'

MSc. Julio Iván López Cadena

**PRESIDENTE**



Firmado digitalmente por  
JIMMY ALEXANDER  
VALDIVIESO  
ASLALEMA

MSc. Germán Georing Ruíz Rivadeniera  
**TUTOR**

MSc. Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema  
**LECTOR**

**Adj.:** Observaciones y recomendaciones