



FACULTAD:

DERECHO Y GOBERNABILIDAD

TÍTULO:

“LA MARCA TRADICIONAL COMO GARANTÍA DE CRÉDITO PARA PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS EN EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO Y SUS
RIESGOS”

LINEA DE INVESTIGACIÓN

GESTION DE LAS RELACIONES JURIDICAS

MODALIDAD DE TITULACIÓN:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CARRERA:

DERECHO

TITULO A OBTENER:

ABOGADO

AUTOR:

JUAN JOSÉ FLORENCIA COLOMBO

TUTOR:

DR. ROGER NIETO MARIDUEÑA

SAMBORONDÓN - ECUADOR

2023

CERTIFICADO DE REVISION FINAL



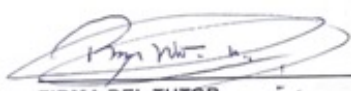
ANEXO N°15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado **Dr. Roger Nieto Maridueña**, tutor del trabajo de titulación "**La marca tradicional como garantía de crédito para pequeñas y medianas empresas en el sistema financiero ecuatoriano y sus riesgos**" elaborado por **Juan José Florencia Colombo**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Abogado**.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias (2%) mismo que se puede verificar en el siguiente link: (<https://app.compilatio.net/v5/report/4dbed1b2d2fbe6855b409698a8bdd2cae65a48f6/sources>). Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.

The screenshot shows a plagiarism report interface. At the top, it indicates a coincidence rate of 2%. Below this, there is a table with the following columns: 'N°', 'Descripción', 'Similitud', 'Utilización', and 'Especificación'. The table lists several sources, each with a 2% similarity score. The sources include 'Reglamento de la Ley de Comercio Exterior', 'Ley de Comercio Exterior', 'Ley de Comercio Exterior', 'Ley de Comercio Exterior', 'Ley de Comercio Exterior', 'Ley de Comercio Exterior', and 'Ley de Comercio Exterior'.


FIRMA DEL TUTOR
Dr. Roger Nieto Maridueña



ANEXO N°16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

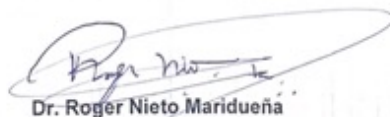
Samborondón, 8 de agosto de 2023

Magíster
Andrés Madero Poveda
Decano(a) de la Facultad
Derecho y Gobernabilidad
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: "LA MARCA TRADICIONAL COMO GARANTÍA DE CRÉDITO PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO Y SUS RIESGOS" según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **Juan José Florencia Colombo**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



Dr. Roger Nieto Maridueña

DEDICATORIA

Dedico esta tesis principalmente a tres personas fundamentales en mi vida personal y profesional.

A mi mamá, Priscila Colombo, por criarme, formarme y guiarme, brindándome siempre todo su amor y apoyo incondicional, dándome las herramientas para lograr salir adelante, aún en los momentos más duros. Es alguien a quien valoro y admiró mucho por todo el esfuerzo para darle lo mejor a sus hijos.

A mi tío, Javier Coronel, por creer en mí y en mis cualidades para ser un gran profesional, por acompañarme en mi vida académica y enseñarme mucho de lo que ahora sé, aunque ya no me acompaña en este mundo terrenal, viviré siempre agradecido por todas sus enseñanzas y prometo continuar aprendiendo, mejorando y ayudando a quienes pueda.

Finalmente, a mi amada esposa, Paula Zambrano, quien me ha acompañado en los más duros momentos en mi vida personal, profesional y académica, brindando todo su soporte y amor, en las noches sin dormir, en los días sin poder pensar bien. Esta tesis marca el final de un capítulo importante en mi vida y me siento feliz de compartirlo a su lado.

AGRADECIMIENTO

Esta etapa de mi vida académica ha sido un viaje enriquecedor y desafiante, y no hubiera sido posible sin la colaboración y el aliento de muchas personas excepcionales. En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor de tesis, Dr. Roger Nieto, cuya orientación experta y paciencia infinita me guiaron a lo largo de cada paso del proceso. Sus valiosos consejos y su compromiso con mi desarrollo académico han sido fundamentales para alcanzar este logro.

Mi gratitud también se extiende a mis compañeros de clase, quienes compartieron sus ideas, conocimientos y experiencias, enriqueciendo aún más mi comprensión del tema y brindándome una red de apoyo invaluable. Los debates y las discusiones que fueron cruciales para moldear mis ideas y enfoques.

No puedo pasar por alto el apoyo constante de mi familia y amigos. Su paciencia, comprensión y aliento me dieron la fuerza necesaria para superar los momentos difíciles y perseverar en mi búsqueda de conocimiento. Cada palabra de ánimo fue como un faro que me guió a través de las noches de estudio y la búsqueda incesante de respuestas.

Hoy, al finalizar esta etapa, no solo celebro el cumplimiento de un requisito académico, sino también el crecimiento personal y la adquisición de habilidades que llevaré conmigo a lo largo de mi carrera. Mi tesis es un testimonio de la dedicación, perseverancia y trabajo en equipo.

RESUMEN

La implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS) en Ecuador ha dado lugar a la constitución de más de 20,000 compañías bajo este tipo societario, principalmente por pequeños y medianos empresarios que buscan formalizar sus negocios. Sin embargo, al formalizar sus negocios, se enfrentan a desafíos para lograr un crecimiento sostenible, lo que hace que los créditos ofrecidos por el sistema financiero nacional sean de vital importancia.

Utilizar la propiedad intelectual como garantía permite a los emprendimientos y grandes compañías obtener nuevas fuentes de financiación, ofreciendo competencia entre los proveedores de financiación y tasas de interés más bajas. Además, esto permite aislar la deuda de la compañía, ya que los activos de propiedad industrial pueden separarse sin afectar la operación. Esta separación patrimonial reduce el riesgo de insolvencia y facilita la ejecución por parte de los acreedores.

Palabras claves: Propiedad intelectual, marcas, negocios, SAS, garantía, financiación.

ABSTRACT

The implementation of the Simplified Stock Companies (SAS) in Ecuador has led to the constitution of more than 20,000 companies under this type of company, mainly by small and medium-sized entrepreneurs seeking to formalize their businesses. However, when formalizing their businesses, they face challenges to achieve sustainable growth, which makes the credits offered by the national financial system of vital importance.

Using intellectual property as collateral allows startups and large companies to obtain new sources of financing, offering competition among financing providers and lower interest rates. In addition, this makes it possible to isolate the company's debt, since industrial property assets can be separated without affecting the operation. This patrimonial separation reduces the risk of insolvency and facilitates execution by creditors.

Keywords: Intellectual property, trademarks, business, SAS, guarantee, financing.

INDICE

<i>CERTIFICADO DE REVISION FINAL</i>	<i>II</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>IV</i>
<i>AGRADECIMIENTO</i>	<i>V</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>VI</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>VII</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	<i>1</i>
<i>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	<i>2</i>
<i>OBJETIVOS</i>	<i>5</i>
OBJETIVO GENERAL:	<i>5</i>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	<i>5</i>
<i>JUSTIFICACIÓN</i>	<i>6</i>
<i>CAPÍTULO I</i>	<i>7</i>
MARCO TEORICO	<i>7</i>
<i>CAPÍTULO II</i>	<i>40</i>
2.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	<i>40</i>
2.1.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	<i>41</i>
2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	<i>41</i>
2.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN:	<i>42</i>
2.4. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN.....	<i>42</i>
2.4.1. EXPLORATORIO:.....	<i>42</i>
2.5. UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	<i>42</i>
2.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	<i>43</i>
2.6.1. MÉTODO EMPÍRICO:	<i>43</i>
2.6.2. ENCUESTA:.....	<i>43</i>
2.6.3. ENTREVISTA:.....	<i>43</i>
<i>CAPITULO III</i>	<i>48</i>
3.1 Entrevista realizada al Abg. Roger Nieto	<i>49</i>

3.2 Entrevista realizada al Ab. Edwin Ordóñez.....	51
3.3 Entrevista realizada a la Ab. Naomi Gómez.....	54
3.4 Entrevista realizada a la Ab. Aura Oyola	56
<i>CAPÍTULO IV</i>	<i>64</i>
<i>PROPUESTA</i>	<i>64</i>
4.1 Título de la propuesta:	65
4.2 Periodo de ejecución:.....	65
4.3 Fecha de inicio:.....	65
4.4 Fecha de finalización:	65
4.5 Beneficiarios:.....	65
4.6 Introducción.....	66
4.7 Objetivo	67
4.8 Finalidad de la propuesta	68
4.9 Descripción de la propuesta.....	68
4.10 Plan de respuesta	69
4.11 Plan de acción.....	70
4.11.1 Normativas respectivas que motiven la propuesta reformativa del proyecto de Ley	70
4.11.1.1 Iniciativa para presentación de proyectos de ley (Artículo 134 de la Constitución):	71
4.11.1.2 Iniciativa limitada (presentación del proyecto de ley en asuntos relacionados con determinados campos de actividad):.....	72
4.11.2 Exposición de las razones que sustenten el Proyecto de ley	72
4.11.3 Desarrollo de la propuesta	74
<i>CONCLUSIONES</i>	<i>79</i>
<i>RECOMENDACIONES</i>	<i>81</i>
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	<i>82</i>

INTRODUCCIÓN

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, nos plantea una lista de signos o medios que pueden constituir una marca (Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, COESCCI, Art. 359, 9 de diciembre del 2016, Ecuador). Sin embargo, para efectos de la presente investigación serán analizadas las marcas conocidas doctrinariamente como tradicionales, las cuales comprenden las determinadas como: denominativas, gráficas y mixtas, la presente investigación se centrará en las antes mencionada marcas debido a su impacto dentro del comercio local, desde el pequeño emprendedor hasta las grandes industrias; toda vez que la dichos comerciantes necesitan poder transmitir su producto o servicio a un consumidor o segmento de mercado, esto último, en consideraciones a los lineamientos dados por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual - OMPI.

Siendo que las marcas son consideradas bienes incorporeales de conformidad con lo establecido en nuestra legislación (Código Civil, Art. 583, 24 de junio del 2005, Ecuador), así como, son consideradas como activos sociales de las personas naturales o jurídicas que tengan su titularidad, es importante resaltar que la propia normativa interna referente a la propiedad intelectual, así como, diversos convenios internacionales a los que el Ecuador se encuentra adscrito, expresan que una marca ya sea tradicional o no, puede ser utilizada como método para garantizar una operación financiera.

Deberían ser totalmente aptas para ser utilizadas como garantía ante el sistema financiero nacional, pues con una correcta valoración marcaria son susceptibles de poseer un valor comercial y ser perfectamente ejecutables; por lo que, nos corresponde analizar entonces, es la razón por la que esta herramienta no está siendo explotada en el territorio nacional, a diferencia de países vecinos como Colombia, que ya ha empezado a hacer uso de esta para el

desarrollo de negocios, esto puede deberse a falta de regulación, desconfianza de las instituciones financieras, incluso por mera tradición mercantil. En el presente trabajo de investigación se procederá a utilizar el tipo de metodología de investigación exploratoria, para eso se utilizará un enfoque cualitativo y la aplicación de técnicas: entrevistas y encuestas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde la puesta en vigencia de las Sociedades por Acciones Simplificadas como un nuevo tipo societario dentro de la normativa ecuatoriana el 18 de mayo del 2020, se han constituido más de 20.000 compañías bajo este esquema societario, que nació como un instrumento que permite formalizar los negocios de los emprendedores a nivel nacional, pues su constitución corresponde mayormente a pequeños y medianos empresarios.

Al formalizar sus negocios adquieren grandes retos, como el de poder tener una proyección de crecimiento, para lo cual, los créditos ofertados en el sistema financiero nacional son de vital importancia.

Para González (2019) la utilización de la P.I. como colateral, permite tanto a los emprendimientos como a las grandes compañías obtener nuevas fuentes de financiación para apalancar su crecimiento, generando mayor competencia entre los proveedores de financiación, permitiendo que la compañía titular de activos de P.I. pueda adquirir deuda a tasas de interés más bajas. Al respecto, las leyes básicas de la microeconomía indican que un aumento en la oferta, manteniendo la demanda constante generará una reducción en el precio. Otra de las ventajas consiste en obtener financiación aislando la deuda de la compañía, pues los activos de propiedad industrial pueden separarse de la empresa sin afectar la operación de la misma. De esta manera, se efectúa una separación patrimonial que reduce el riesgo de insolvencia de la empresa, facilitando para los acreedores la ejecución. (p.42).

Teniendo en cuenta que la propia normativa interna referente a la propiedad intelectual, así como, diversos convenios internacionales a los que el Ecuador se encuentra adscrito, expresan que las marcas pueden ser utilizadas como garantía en una operación de crédito ante una institución financiera, debemos analizar cuáles son los problemas que se presentan a la hora de intentarlo, es así que según Blanco (2015) “En la actualidad los mecanismos establecidos para valorar las marcas presentan considerables dificultades, si se tiene en cuenta la gran división de conceptos existentes en la doctrina tanto en su definición como en su aplicación” (p. 15).

La presente investigación tiene como finalidad analizar la viabilidad del uso de una marca tradicional como garantía bancaria, pero claro, la verdadera intención es la de poder mostrar a las personas cómo pueden acceder a créditos utilizando garantías distintas a las conocidas habitualmente, pues la doctrina sostiene que “específicamente las marcas y las patentes, pueden, además de servir como fuente de financiamiento, ser explotadas como garantías de relaciones comerciales, lo que puede implicar el aumento de la cuantía del crédito disponible” (Castro, 2021, p.131).

En virtud de lo expuesto, es necesario que se planteen y analicen varias interrogantes como lo son:

Si nuestra normativa nacional tiene previsto que una marca sea utilizada como garantía, ¿Qué nos detiene?

¿Cuáles son los riesgos del uso de una marca tradicional como garantía en el sistema financiero ecuatoriano para las pequeñas y medianas empresas?

¿Es realmente necesaria una mejor regulación respecto a la valoración pecuniaria de estos activos intangibles?

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

En el contexto del tema "La Marca Tradicional como Garantía de Crédito para Pequeñas y Medianas Empresas en el Sistema Financiero Ecuatoriano y sus Riesgos", podemos definir las siguientes variables dependiente e independiente:

Variable Independiente:

Utilización de la Marca Tradicional como Garantía: Esta es la variable independiente que se refiere a la acción de utilizar una marca tradicional como respaldo para obtener crédito por parte de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el sistema financiero ecuatoriano. Esta variable representa la acción que se está estudiando para determinar su influencia en otros factores.

Variable Dependiente:

Acceso a Financiamiento y Riesgos Financieros: Esta es la variable dependiente que se relaciona con los resultados y efectos que resultan de la utilización de la marca tradicional como garantía. Incluye el acceso a financiamiento por parte de las Pymes, así como los riesgos financieros asociados a esta práctica. Estos riesgos pueden incluir la percepción del valor de la marca, los cambios en la reputación de la empresa y la incertidumbre en la valoración de los activos intangibles.

En este contexto, la variable independiente es la acción de utilizar la marca tradicional como garantía, y la variable dependiente es el acceso a financiamiento y los riesgos financieros que surgen como resultado de esta acción.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Analizar la viabilidad de la utilización de una marca tradicional como garantía ante instituciones del sistema financiero ecuatoriano, para normar su correcta utilización impidiendo la inseguridad jurídica, además de generar liquidez a las MIPYMES y PYMES que representan el 99.5% de las empresas a nivel nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar la normativa aplicable para el correcto registro y valoración de una marca tradicional.
- Determinar y analizar los riesgos que puedan presentarse producto de la utilización de una marca tradicional como garantía en el sistema financiero.
- Identificar posibles soluciones a la inseguridad jurídica respecto de estos activos intangibles que se pretenden utilizar como garantía para soportar una operación financiera.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad estamos viviendo una transformación radical en los conceptos económicos y jurídicos, lo que da a lugar al surgimiento de la denominada sociedad de la información. En la economía moderna las ganancias de las empresas cada vez tienen una relación más estrecha y directa con sus activos intangibles, y dentro de estos se encuentra la gestión de los derechos de propiedad intelectual.

Los activos intangibles no son una invención ni un descubrimiento del siglo XXI, ni tampoco bienes que solo han merecido atención del derecho en los últimos tiempos, al contrario, existen regulaciones internacionales desde fines del siglo XIX sobre este tema, hasta el punto de que hay cuerpos jurídicos multinacionales con una minuciosa reglamentaria, sin duda alguna, lo que resulta novedoso es como gana protagonismo al ser utilizada como fuente de poder y riqueza económica.

El problema investigado es la falta de utilización de herramientas contempladas en nuestra normativa, pues actualmente las marcas no son utilizadas como garantía ante instituciones financieras. Sin embargo, aquello significaría una gran ayuda para las micro, pequeñas y medianas empresas para poder adquirir capital de trabajo y continuar en su crecimiento.

Guiándonos por las cifras dadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) pues en el Ecuador existen cerca de 900.000 empresas de las cuales el 99.5% son consideradas como MIPYME, absolutamente todas esas empresas, inclusive las grandes industrias podrían beneficiarse de créditos en la banca privada utilizando un activo social esencial en sus operaciones. Al respecto, es necesario conocer la importancia de una marca y su influencia en el consumidor según sus tipos.

CAPÍTULO I

MARCO TEORICO

Evolución del sistema financiero ecuatoriano

Durante el período colonial, el sistema financiero en Ecuador estaba dominado por instituciones españolas, como la Real Audiencia y los comerciantes extranjeros. Tras la independencia de Ecuador en 1830, se estableció un sistema bancario más formal, con la creación de bancos privados y la emisión de moneda por parte del Estado. En la década de 1940, se promovió la nacionalización de la banca, lo que llevó a la creación del Banco Central del Ecuador en 1947 y la regulación más estricta del sector. Durante este período, se estableció un control de cambios para estabilizar la economía y proteger las reservas internacionales (Arciniega Hidrobo, 2022, p. 15).

En la década de 1970, se implementaron reformas orientadas hacia la liberalización financiera, permitiendo la entrada de instituciones financieras extranjeras y promoviendo la competencia en el sector. Sin embargo, a finales de la década de 1970 y principios de la década de 1980, Ecuador enfrentó una crisis económica que llevó a la nacionalización de la banca en 1982. En la década de 1990, se inició un proceso de privatización y apertura del sistema financiero, con la venta de bancos estatales a inversionistas privados y la flexibilización de las regulaciones (Correa Vázquez, 2023, p. 45).

En 2000, Ecuador adoptó el dólar estadounidense como moneda oficial, lo que tuvo un impacto significativo en el sistema financiero al eliminar el riesgo cambiario y promover la estabilidad económica. En la actualidad, el sistema financiero ecuatoriano se ha diversificado, ofreciendo una amplia gama de servicios financieros, incluyendo banca tradicional, seguros, inversiones y microfinanzas. Además, se ha impulsado la adopción de tecnología en la prestación de servicios financieros, como la banca en línea y los pagos electrónicos. Es importante destacar que la evolución del sistema financiero ecuatoriano ha estado influenciada por factores políticos, económicos y regulatorios. Los cambios en las políticas

gubernamentales, la estabilidad económica y la apertura hacia la inversión extranjera han impactado en el desarrollo y la estructura del sistema financiero en el país (López Vargas, 2023, p. 56).

Reformas y regulaciones que han impactado el sistema financiero

De acuerdo con Sarmiento Noboa (2023), el sistema financiero ecuatoriano ha experimentado diversas reformas y regulaciones a lo largo del tiempo que han tenido un impacto significativo en su funcionamiento y desarrollo. A continuación, se presentan algunas de las reformas y regulaciones más relevantes:

- **Ley General de Instituciones del Sistema Financiero (Ley de Bancos):** Esta ley establece el marco regulatorio para las instituciones financieras en Ecuador. Ha sido objeto de varias modificaciones a lo largo de los años para adaptarse a los cambios en el entorno financiero y fortalecer la supervisión y control del sistema.
- **Ley de Mercado de Valores:** Esta ley regula el mercado de valores en Ecuador, promoviendo la transparencia, la protección de los inversionistas y la eficiencia en la intermediación de valores. Establece las normas para la emisión, oferta pública y negociación de valores, así como la supervisión de las entidades relacionadas.
- **Ley de Control del Poder del Mercado:** Esta ley tiene como objetivo prevenir la concentración abusiva del poder económico y proteger la competencia en los mercados. Establece las regulaciones para evitar prácticas anticompetitivas y promover la libre competencia, lo cual impacta directamente en el sector financiero.
- **Normativa prudencial y de supervisión:** El Banco Central del Ecuador, como entidad reguladora y supervisor del sistema financiero, emite regulaciones prudenciales y de supervisión que buscan asegurar la solvencia, estabilidad y transparencia de las

instituciones financieras. Estas normativas incluyen requerimientos de capital, límites de exposición y provisiones, entre otros.

- **Ley de Prevención y Control de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo:** Esta ley tiene como objetivo prevenir y combatir el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo. Establece obligaciones para las instituciones financieras en términos de identificación de clientes, reporte de operaciones sospechosas y aplicación de medidas de control interno.
- **Regulaciones relacionadas con la inclusión financiera:** El gobierno ecuatoriano ha implementado diversas medidas para fomentar la inclusión financiera y facilitar el acceso de la población a servicios financieros. Estas regulaciones incluyen la promoción de la banca móvil, la apertura de cuentas simplificadas y la implementación de programas de educación financiera.

Importancia de las pequeñas y medianas empresas en la economía ecuatoriana

En concordancia con Alvarado Zuloaga (2023), las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) juegan un papel esencial en la economía de Ecuador por varias razones. En primer lugar, estas empresas son importantes generadoras de empleo, ya que su tamaño más reducido les permite ser más flexibles en su estructura y contratar a un gran número de personas. Esto contribuye a disminuir la tasa de desempleo y a fomentar la inclusión social.

Además, las PYMEs impulsan la actividad económica en diferentes sectores. A través de sus operaciones comerciales, estimulan la demanda de bienes y servicios, generando ingresos y promoviendo el crecimiento económico. También fomentan la competencia y la diversificación en el mercado, lo que impulsa la innovación y la adopción de nuevas tecnologías (Bueno Macías, 2023, p. 56).

Según Rodríguez (2020), otro aspecto destacado es el papel que desempeñan las PYMEs en la promoción de la innovación y la creatividad. Al tener una estructura más ágil y flexible, estas empresas suelen ser más propensas a implementar cambios y adoptar nuevas tecnologías. Esto les permite introducir nuevos productos, servicios o procesos, lo que a su vez estimula el desarrollo económico y la competitividad del país.

En el ámbito regional, las PYMEs son un motor importante para el desarrollo. Estas empresas tienen una presencia significativa en áreas rurales y regiones menos desarrolladas, donde su actividad económica contribuye a generar empleo y a impulsar el crecimiento económico en estas zonas. De esta manera, las PYMEs promueven un desarrollo territorial equilibrado.

Además de su impacto económico, las PYMEs también desempeñan un papel social importante. Al estar arraigadas en las comunidades locales, fortalecen los lazos sociales y promueven el desarrollo sostenible. Su participación activa en la vida comunitaria y su apoyo a proyectos sociales y culturales tienen un impacto positivo en la calidad de vida de las personas. Las PYMEs son elementos vitales en la economía ecuatoriana. Su capacidad para generar empleo, impulsar la actividad económica, fomentar la innovación y el emprendimiento, así como su contribución al desarrollo regional y la integración social, las convierte en actores clave para el crecimiento y desarrollo sostenible del país (Sisa, 2020, p. 89).

Antecedentes sobre el uso de la marca como garantía de crédito

El concepto de utilizar la marca como garantía de crédito ha experimentado cambios significativos con el tiempo. En el pasado, las instituciones financieras se centraban en evaluar principalmente los activos físicos de una empresa al otorgar préstamos, como propiedades o maquinaria. Sin embargo, con la evolución del entorno empresarial y el creciente

reconocimiento de los activos intangibles, como la marca, se ha comprendido cada vez más su valor como respaldo para obtener financiamiento.

En años recientes, se ha observado un incremento en la valoración de las marcas por parte de los prestamistas. Se reconoce que las marcas sólidas y reconocidas representan activos valiosos, ya que pueden generar ingresos a largo plazo y proporcionar a las empresas una ventaja competitiva. Por esta razón, las instituciones financieras han comenzado a considerar el valor de la marca al evaluar la capacidad de pago y el riesgo crediticio de una empresa.

Asimismo, se han desarrollado herramientas y metodologías específicas para evaluar el valor de la marca como garantía de crédito. Estas incluyen análisis de mercado, estudios de marca, valoraciones financieras y modelos de riesgo. Estas herramientas permiten a los prestamistas obtener una comprensión más precisa del valor real de la marca y su impacto en la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones crediticias (Ruiz Huaman, 2022, p. 45).

No obstante, es importante tener en cuenta que el uso de la marca como garantía de crédito conlleva riesgos. Aunque una marca sólida puede ser un activo valioso, su valor puede verse afectado por diversos factores, como cambios en el mercado, una reputación deteriorada o una competencia intensa. El uso de la marca como garantía de crédito ha evolucionado en respuesta a los cambios en el entorno empresarial y la creciente importancia de los activos intangibles. Las instituciones financieras reconocen el valor de la marca como un activo valioso y han desarrollado herramientas y metodologías para evaluar su impacto en la capacidad de pago de una empresa. Sin embargo, es fundamental considerar los riesgos asociados y contar con un marco legal y regulatorio sólido para garantizar la protección de los intereses de todas las partes involucradas.

Experiencias internacionales exitosas en la utilización de la marca como garantía de crédito

A nivel internacional, se han registrado varias experiencias exitosas en la utilización de la marca como garantía de crédito. En Estados Unidos, por ejemplo, se ha establecido el concepto de "Marca Registrada como Activo Intangible" (TRA, por sus siglas en inglés), que reconoce el valor de las marcas registradas como un activo que puede respaldar la obtención de financiamiento. Esta práctica ha permitido que las empresas utilicen sus marcas como garantía para acceder a préstamos y líneas de crédito, brindando mayor seguridad a las entidades financieras (Drummond, 2023, p. 1).

En el Reino Unido, se ha implementado el "Financiamiento basado en activos intangibles" (IBA, por sus siglas en inglés), donde se reconoce el valor de los activos intangibles, incluyendo las marcas, como base para otorgar préstamos a las pequeñas y medianas empresas. En este caso, las entidades financieras evalúan el valor de los activos intangibles de una empresa, como su marca, y utilizan esta información como parte de su análisis de riesgo crediticio. Esto permite que las empresas puedan acceder a financiamiento incluso si no tienen activos tangibles como garantía (Amigo, 2017, p. 78).

En Alemania, se ha promovido la emisión de "Bonos de Marca" como una forma de financiamiento para las empresas. Estos bonos están respaldados por el valor de la marca de una empresa y ofrecen a los inversores la oportunidad de participar en los beneficios generados por la marca. Esto permite que las empresas obtengan financiamiento adicional utilizando su marca como garantía, y a su vez, los inversores pueden beneficiarse de los rendimientos asociados al éxito de la marca (Fiduvalor, 2022, p. 1).

Estas experiencias internacionales exitosas demuestran los beneficios de utilizar la marca como garantía de crédito en el sistema financiero. Aportan ejemplos concretos de cómo se ha implementado esta práctica en diferentes contextos y cómo ha contribuido a facilitar el

acceso al crédito para las pequeñas y medianas empresas. Estas experiencias podrían servir de referencia y guía para el sistema financiero ecuatoriano en la implementación de medidas similares que impulsen el uso de la marca como garantía de crédito para este sector empresarial.

Investigaciones previas en Ecuador que abordan la relación entre la marca y el acceso al crédito para las PYMES

En Ecuador, se han llevado a cabo diversas investigaciones que exploran la conexión entre la marca y el acceso al crédito para las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Estos estudios han abordado diferentes aspectos relacionados con la valoración de la marca y su impacto en la obtención de financiamiento. A continuación, se presentan algunos ejemplos de investigaciones previas realizadas en este ámbito:

- "Evaluación de activos intangibles y su influencia en la obtención de crédito para las PYMES en Ecuador": Este estudio se centró en examinar cómo la valoración de los activos intangibles, incluyendo la marca, influye en la capacidad de las PYMES para acceder a crédito en el sistema financiero ecuatoriano. Se llevaron a cabo entrevistas con gerentes y propietarios de PYMES para comprender su percepción sobre el valor de la marca como garantía de crédito, así como las prácticas actuales de las entidades financieras.
- "Análisis del riesgo crediticio y el papel de la marca en la evaluación de las PYMES en Ecuador": Esta investigación se enfocó en analizar cómo las instituciones financieras en Ecuador consideran el valor de la marca al evaluar el riesgo crediticio de las PYMES. Se examinaron los criterios utilizados por los bancos y se realizaron estudios de casos de empresas que han utilizado su marca como garantía de crédito. Además, se exploraron los beneficios y posibles riesgos asociados con esta práctica.

- "Percepción de las PYMES sobre el valor de la marca como garantía de crédito en Ecuador": Este estudio se enfocó en la perspectiva de las propias PYMES y su percepción sobre el valor de su marca como respaldo para obtener financiamiento. Se llevaron a cabo encuestas y entrevistas con propietarios de PYMES en diversos sectores económicos para comprender su nivel de conocimiento sobre esta posibilidad y su disposición para utilizar la marca como garantía.

Estas investigaciones previas en Ecuador han proporcionado información relevante sobre la relación entre la marca y el acceso al crédito para las PYMES. Han contribuido a generar conocimiento sobre las prácticas actuales en el sistema financiero y han explorado la percepción de los actores involucrados en este proceso.

Estado actual de las PYMES y el acceso al crédito en Ecuador

En la actualidad, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador enfrentan diversos retos en cuanto a su acceso al crédito. Estas empresas son de gran importancia para la economía del país, generando empleo y contribuyendo al crecimiento económico. Sin embargo, su acceso al financiamiento se ve obstaculizado por barreras como la falta de historial crediticio, garantías insuficientes, documentación limitada y la dificultad para presentar estados financieros sólidos.

Las instituciones financieras consideran a las PYMES como un segmento de alto riesgo, lo que resulta en una mayor cautela al otorgarles créditos. Esto se debe a su tamaño, falta de historial crediticio y la volatilidad económica a la que están expuestas. A pesar de los esfuerzos del gobierno ecuatoriano por facilitar el acceso al crédito a través de programas y políticas, las PYMES aún encuentran dificultades para obtener el financiamiento necesario.

En los últimos años, han surgido alternativas de financiamiento innovadoras, como el crowdfunding, las fintech y los préstamos peer-to-peer, que ofrecen nuevas opciones a las PYMES. Estas soluciones buscan suplir las limitaciones de las instituciones financieras tradicionales. No obstante, es fundamental seguir trabajando en mejorar las condiciones y fortalecer el ecosistema financiero para brindar un mayor apoyo a las PYMES y fomentar su desarrollo sostenible.

El acceso al crédito para las PYMES en Ecuador representa un desafío significativo, pero también existen oportunidades y programas gubernamentales que buscan facilitar dicho acceso. La innovación financiera juega un papel importante en la creación de nuevas opciones de financiamiento. Sin embargo, se requiere un esfuerzo continuo para mejorar las condiciones y garantizar un entorno propicio para el crecimiento y desarrollo de las PYMES en el país.

Desafíos y barreras que enfrentan las PYMES en el acceso a financiamiento

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se enfrentan a varios desafíos y obstáculos al tratar de obtener financiamiento para su crecimiento y desarrollo. Estos desafíos incluyen la falta de historial crediticio, la dificultad para proporcionar garantías suficientes, la limitada documentación financiera, las altas tasas de interés, la volatilidad económica, el acceso limitado a fuentes alternativas de financiamiento y la burocracia en los trámites. Superar estos desafíos requiere la implementación de políticas gubernamentales que faciliten el acceso al crédito para las PYMES, la promoción de la educación financiera y la mejora de la cultura crediticia empresarial. Además, se deben fomentar la colaboración público-privada y el desarrollo de soluciones financieras y tecnológicas adaptadas a las necesidades específicas de las PYMES.

Otra barrera significativa es la dificultad para presentar garantías suficientes que respalden los préstamos solicitados, lo cual limita el acceso al financiamiento para muchas PYMES. Estas empresas a menudo carecen de activos tangibles significativos que puedan ofrecer como garantía, lo que dificulta que las entidades crediticias evalúen adecuadamente su situación financiera. Además, la falta de documentación financiera completa y confiable, como estados financieros auditados, complica aún más la evaluación precisa por parte de los prestamistas.

Las altas tasas de interés también representan un obstáculo importante para las PYMES, ya que aumentan los costos de endeudamiento y afectan su capacidad de pago. Además, la volatilidad económica y las fluctuaciones en los indicadores macroeconómicos, como la inflación y el tipo de cambio, generan incertidumbre y aumentan el riesgo percibido por parte de los prestamistas.

Otro desafío relevante es la limitada disponibilidad de fuentes alternativas de financiamiento. Las PYMES suelen depender en gran medida de los bancos y otras instituciones financieras tradicionales, lo que limita su capacidad para diversificar sus opciones de financiamiento y encontrar alternativas más flexibles y adecuadas a sus necesidades específicas.

Además, la burocracia en los trámites y los procesos de aprobación de créditos lentos dificultan aún más el acceso al financiamiento para las PYMES. Los requisitos y los procedimientos complejos pueden desanimar a las empresas y retrasar su capacidad para obtener los recursos necesarios para su crecimiento y desarrollo.

Superar estos desafíos requiere la implementación de políticas gubernamentales que faciliten el acceso al crédito para las PYMES. Esto puede incluir programas de garantías estatales, simplificación de trámites y promoción de la educación financiera. Además, es fundamental fomentar la colaboración entre el sector público y privado para desarrollar

soluciones financieras adaptadas a las necesidades específicas de las PYMES, como plataformas de financiamiento colectivo y esquemas de financiamiento basados en tecnología.

Estadísticas y datos relevantes sobre el crédito a las PYMES en el sistema financiero ecuatoriano

La recopilación de estadísticas y datos relevantes sobre el crédito otorgado a las PYMES en el sistema financiero ecuatoriano ofrece una perspectiva más precisa de la situación actual y permite comprender el panorama crediticio en el que se encuentran estas empresas. A continuación, se presentan algunos datos destacados: De acuerdo con el Banco Central del Ecuador, el crédito destinado a las PYMES ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, evidenciándose un aumento del 7,6% en 2020 en comparación con el año anterior.

Asimismo, el Banco Central destaca que el sector de las PYMES representa una proporción significativa del total de créditos otorgados en el sistema financiero ecuatoriano, estimándose que en 2020 las PYMES representaron alrededor del 42% del total de préstamos. Sin embargo, a pesar de este crecimiento, persiste una brecha en el acceso al crédito entre las grandes empresas y las PYMES. Por lo general, las grandes empresas tienen mayor facilidad para acceder a montos de crédito más elevados y en condiciones más favorables en comparación con las PYMES.

El informe Doing Business del Banco Mundial ubica a Ecuador en el puesto 116 en el indicador de acceso al crédito, lo cual sugiere que aún existen desafíos en cuanto a la facilitación del acceso al financiamiento para las PYMES en el país. Un dato relevante es el porcentaje de rechazo de solicitudes de crédito por parte de las PYMES. Según la Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador, aproximadamente el 40% de las solicitudes de crédito de las PYMES fueron rechazadas en 2020.

Estos datos resaltan la importancia del crédito para las PYMES en el sistema financiero ecuatoriano y subrayan la necesidad de implementar medidas que faciliten un mayor acceso al financiamiento para estas empresas. El análisis detallado de estas estadísticas proporciona una base sólida para comprender la situación actual y desarrollar estrategias que impulsen el crecimiento y desarrollo de las PYMES en Ecuador.

Iniciativas y programas gubernamentales o privados para promover el acceso al crédito de las PYMES

En Ecuador, se han puesto en marcha diversas medidas y programas tanto por parte del Gobierno como del sector privado con el objetivo de facilitar el acceso al crédito para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y promover su crecimiento y desarrollo económico. Estas acciones reflejan el reconocimiento de la importancia de las PYMES como generadoras de empleo y como impulsores de la economía.

En el ámbito gubernamental, se destaca el Programa de Fomento y Fortalecimiento de las PYMES. Este programa ofrece créditos preferenciales a las PYMES, con tasas de interés más bajas, plazos más flexibles y mejores condiciones de pago. Además del apoyo financiero, se brinda asesoramiento técnico y capacitación empresarial para fortalecer las habilidades de los emprendedores y mejorar la gestión de sus negocios.

Otra medida importante implementada por el Gobierno ecuatoriano son los programas de garantías estatales. Estos programas respaldan los préstamos otorgados a las PYMES, reduciendo el riesgo percibido por las instituciones crediticias y facilitando el acceso al crédito. Las garantías estatales brindan mayor seguridad a los bancos y otras entidades financieras, lo que les permite otorgar préstamos en condiciones más favorables y en montos más adecuados para las PYMES.

En el sector privado, se han establecido fondos de inversión especializados en financiar proyectos de las PYMES. Estos fondos canalizan recursos de inversionistas privados hacia las empresas de menor tamaño, proporcionándoles acceso a capital de riesgo y financiamiento para sus actividades de expansión y desarrollo. Asimismo, se han establecido alianzas estratégicas entre entidades financieras y organizaciones empresariales para facilitar el acceso al crédito a través de programas conjuntos, asesoramiento financiero y apoyo en la gestión empresarial.

Además de estas iniciativas, las plataformas de crowdfunding y financiamiento colectivo han adquirido relevancia en Ecuador. Estas plataformas digitales permiten a las PYMES presentar sus proyectos y buscar financiamiento a través de la contribución de múltiples inversionistas interesados. Este modelo de financiamiento colaborativo ha abierto nuevas oportunidades para las PYMES, democratizando el acceso al crédito y ampliando las fuentes de financiamiento disponibles.

Tanto el Gobierno como el sector privado en Ecuador han implementado una variedad de medidas y programas para promover el acceso al crédito de las PYMES. Estas acciones buscan superar las barreras y desafíos que enfrentan estas empresas, facilitando su acceso a financiamiento en condiciones más favorables y brindándoles el apoyo necesario para su crecimiento y desarrollo sostenible.

Concepto de marca tradicional

De acuerdo con Morrón (2016), El concepto de marca tradicional se refiere a la reputación e imagen de una empresa o producto en el mercado, la cual se ha construido a lo largo del tiempo mediante estrategias consistentes de marketing y comunicación. Una marca tradicional es aquella que ha establecido una sólida y reconocible presencia en la mente de los consumidores, asociada con atributos positivos como calidad, confianza y satisfacción.

La marca tradicional destaca por su larga trayectoria en el mercado y por haber creado una base leal de clientes. Con frecuencia, estas marcas poseen una historia sólida y han sido reconocidas durante décadas o incluso siglos. Han logrado establecer una identidad única que se relaciona con sus productos o servicios, generando un nivel de confianza y lealtad por parte de los consumidores.

Las marcas tradicionales suelen invertir en estrategias de publicidad, promoción y branding a largo plazo con el fin de mantener y fortalecer su posición en el mercado. Buscan mantener la coherencia en su imagen y mensaje a lo largo del tiempo, y suelen ser reconocidas por sus logotipos, eslóganes y elementos visuales distintivos. Una marca tradicional es aquella que ha logrado establecer una sólida y reconocida presencia en el mercado a lo largo del tiempo. Se caracteriza por su reputación, la lealtad de sus clientes y la asociación con atributos positivos. Estas marcas invierten en estrategias de marketing a largo plazo para mantener y fortalecer su posición en el mercado.

Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tienen una importancia significativa en la economía de Ecuador. Estas empresas, que suelen tener un número limitado de empleados y ventas moderadas, conforman la mayoría de los negocios registrados en el país y desempeñan un papel clave en la generación de empleo y el crecimiento económico. Las PYMES en Ecuador se encuentran en una amplia gama de sectores, como comercio, manufactura, servicios y turismo, y varían en tamaño, estructura y recursos disponibles. Esto refleja la diversidad de emprendimientos y negocios que existen en el país (Ruiz Huaman, 2022, p. 56).

No obstante, las PYMES enfrentan desafíos en su desarrollo y crecimiento. Algunos de los obstáculos más comunes incluyen la falta de acceso a financiamiento, dificultades para ingresar a mercados internacionales, falta de capacitación empresarial y baja adopción de tecnología innovadora. Estas limitaciones pueden dificultar su capacidad para competir en un entorno empresarial cada vez más dinámico y globalizado. El gobierno ecuatoriano ha implementado diversas medidas y programas para apoyar a las PYMES y fomentar su desarrollo. Estas acciones incluyen la simplificación de trámites administrativos, la promoción de la educación empresarial y la implementación de políticas de financiamiento y garantías estatales específicamente diseñadas para las PYMES.

Además, se han establecido alianzas estratégicas con organismos internacionales y entidades del sector privado para brindar asesoramiento, capacitación y acceso a mercados a las PYMES ecuatorianas. Estas iniciativas buscan fortalecer las capacidades de gestión, mejorar la competitividad y promover la innovación en el sector de las PYMES. Estas empresas desempeñan un papel fundamental en la economía de Ecuador al representar la mayoría de las empresas registradas y contribuir significativamente a la generación de empleo y el crecimiento económico. A pesar de los desafíos que enfrentan, existen medidas gubernamentales y programas privados para respaldarlas y fomentar su desarrollo sostenible (Sarmiento Noboa, 2023, p. 12).

Garantías de crédito y su importancia

Las garantías de crédito son compromisos o activos que se utilizan como respaldo para asegurar el pago de un préstamo o deuda. Estas garantías proporcionan a los prestamistas una mayor seguridad y reducen el riesgo de impago. Al contar con una garantía, los prestamistas tienen la confianza de que podrán recuperar su inversión en caso de incumplimiento. Esto les permite ofrecer préstamos en mejores condiciones, como tasas de interés más favorables y plazos más flexibles (López Vargas, 2023, p. 63).

Las garantías de crédito son importantes tanto para los prestamistas como para los prestatarios. Para los prestamistas, las garantías brindan protección adicional y les permiten otorgar préstamos en condiciones más favorables. También les ayudan a evaluar el riesgo y tomar decisiones informadas sobre la concesión de crédito. Por otro lado, para los prestatarios, las garantías de crédito les facilitan el acceso a financiamiento, incluso si no tienen un historial crediticio sólido. Las garantías les permiten obtener préstamos en mejores términos y llevar a cabo proyectos o inversiones que de otra manera serían difíciles de financiar.

Existen diferentes tipos de garantías de crédito, como garantías personales, garantías reales, garantías financieras o garantías bancarias. Cada una de estas formas de garantía ofrece diferentes niveles de seguridad para los prestamistas y ventajas para los prestatarios. Es importante destacar que las garantías de crédito son relevantes en diversos contextos, no solo en el ámbito empresarial. También se aplican en préstamos hipotecarios o de consumo, entre otros. En todos los casos, las garantías de crédito desempeñan un papel esencial en la evaluación de riesgos y en la toma de decisiones de los prestamistas.

Las garantías de crédito son compromisos o activos utilizados como respaldo para asegurar el pago de préstamos. Son importantes tanto para los prestamistas como para los prestatarios, ya que brindan seguridad, reducen el riesgo y facilitan el acceso a financiamiento en condiciones más favorables. Las garantías de crédito son una herramienta fundamental en el proceso de otorgamiento de préstamos y desempeñan un papel crucial en la gestión de riesgos financieros (Roberto Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La marca tradicional como garantía de crédito

La marca tradicional puede desempeñar un papel importante como garantía de crédito en determinadas situaciones. Cuando una empresa ha construido una reputación sólida y reconocible en el mercado a lo largo del tiempo, esta imagen puede generar confianza en los prestamistas y actuar como una garantía intangible para respaldar su capacidad de pago.

La marca tradicional, al estar asociada con atributos positivos como calidad, confianza y satisfacción, puede influir en la percepción de los prestamistas sobre la estabilidad financiera de la empresa. Estos prestamistas pueden considerar que una marca bien establecida y reconocida tiene un valor inherente que puede respaldar la capacidad de generar ingresos y cumplir con las obligaciones de pago.

Cuando una empresa solicita un crédito, puede presentar su marca tradicional como un activo intangible valioso, demostrando su reputación en el mercado y su capacidad para atraer clientes y generar ingresos. Esto puede generar confianza en los prestamistas y facilitar la obtención de financiamiento en condiciones más favorables, como tasas de interés más bajas y plazos más flexibles.

No obstante, es importante tener en cuenta que la marca tradicional no siempre es suficiente como única garantía de crédito. Los prestamistas también evaluarán otros aspectos financieros de la empresa, como su historial crediticio, estados financieros y capacidad de generar flujos de efectivo. La marca tradicional puede ser un factor complementario que respalde la solicitud de crédito, pero no sustituye la evaluación financiera exhaustiva.

La marca tradicional puede ser una garantía intangible valiosa en ciertas circunstancias al respaldar la confianza y la percepción de estabilidad financiera de una empresa. Sin embargo, es importante destacar que la evaluación crediticia considerará otros aspectos financieros relevantes. La marca tradicional puede ser un elemento adicional para respaldar la capacidad de pago de una empresa, pero no es el único factor determinante en la obtención de crédito.

Ventajas y beneficios de la marca tradicional como garantía

La marca tradicional utilizada como garantía ofrece diversos beneficios y ventajas para las empresas. A continuación, se mencionan algunas de ellas:

- **Genera confianza:** Una marca tradicional consolidada y reconocida en el mercado transmite confianza tanto a los consumidores como a los prestamistas. Esto puede tener un impacto positivo en la evaluación crediticia, ya que se considera que una empresa con una marca establecida tiene una reputación que respalda su capacidad de pago.
- **Mejora las condiciones de crédito:** La marca tradicional puede permitir a una empresa acceder a condiciones crediticias más favorables, como tasas de interés más bajas, plazos de pago más flexibles y montos de préstamo más altos. Los prestamistas consideran que una marca reconocida tiene un valor intangible que aumenta la seguridad de la transacción.
- **Aumenta las probabilidades de aprobación de crédito:** La presencia de una marca tradicional puede incrementar las posibilidades de que una solicitud de crédito sea aprobada. Los prestamistas valoran el reconocimiento y la reputación de una marca establecida, lo que puede influir en la decisión de otorgar financiamiento.
- **Facilita la negociación:** Una marca tradicional sólida puede brindar a una empresa una posición más sólida al negociar los términos y condiciones del crédito. Los prestamistas pueden estar más dispuestos a ser flexibles en sus condiciones debido a la confianza y el prestigio asociados con una marca reconocida.
- **Permite acceder a un mayor capital:** Una marca tradicional puede abrir puertas para acceder a mayores montos de capital. Los prestamistas pueden estar dispuestos a otorgar préstamos de mayor envergadura a empresas con una marca consolidada, ya que se considera que tienen una base sólida de clientes y una mayor capacidad para generar ingresos.

Es importante mencionar que, utilizar una marca tradicional como garantía ofrece beneficios significativos al generar confianza, mejorar las condiciones de crédito, aumentar las probabilidades de aprobación, facilitar la negociación y permitir el acceso a mayores montos de capital. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la marca tradicional no es el único factor que se considera en una evaluación crediticia, ya que también se tienen en cuenta otros aspectos financieros.

Casos de éxito y ejemplos de marcas que han sido utilizadas como garantía

En Ecuador, se han observado casos de éxito donde marcas reconocidas han sido utilizadas como garantía para obtener créditos y financiamiento. Estos ejemplos destacados muestran cómo una marca tradicional y establecida puede ser un activo valioso para respaldar las solicitudes de préstamos y facilitar el acceso a capital.

Un caso destacado es el de Corporación Favorita, una de las principales cadenas de supermercados en Ecuador. Esta empresa ha logrado utilizar su marca consolidada y su posición destacada en el mercado como garantía para acceder a créditos y financiar su expansión. Al respaldar su solicitud de préstamo con su marca establecida y reconocida, Corporación Favorita ha demostrado su solidez y ha obtenido mejores condiciones de financiamiento.

Otro ejemplo es el Grupo Nobis, una empresa especializada en construcción y desarrollo inmobiliario. Esta compañía ha utilizado su marca y reputación en el sector de la construcción como garantía para obtener créditos destinados a financiar proyectos de construcción. La confianza que su marca inspira en los prestamistas ha sido clave para asegurar el financiamiento necesario para llevar a cabo sus proyectos.

El Banco Pichincha, uno de los bancos más grandes y reconocidos en Ecuador, también ha utilizado su marca sólida como garantía para acceder a financiamiento. Gracias a su reputación y trayectoria en el sector financiero, el Banco Pichincha ha podido obtener créditos para expandir sus operaciones tanto a nivel nacional como internacional. Su marca ha sido un factor determinante para generar confianza en los prestamistas y asegurar las líneas de crédito necesarias para su crecimiento.

Además, empresas del sector industrial como Holcim Ecuador, dedicada a la producción de cemento y materiales de construcción, han utilizado su marca líder en el mercado como respaldo para obtener créditos y mejorar sus instalaciones. La marca reconocida de Holcim ha sido una garantía valiosa para los prestamistas, quienes confían en su capacidad para generar ingresos y cumplir con sus obligaciones crediticias.

Estos ejemplos demuestran cómo una marca tradicional y bien establecida puede ser utilizada como garantía para obtener créditos. Sin embargo, es importante destacar que cada caso es único y depende de la reputación y evaluación crediticia de la marca, así como de las condiciones establecidas por las instituciones financieras. Además, es fundamental que las empresas mantengan y fortalezcan su marca a lo largo del tiempo para seguir beneficiándose de este activo valioso.

Factores que influyen en la evaluación de la marca como garantía de crédito

La evaluación de una marca como garantía de crédito implica considerar varios aspectos clave, los cuales son tomados en cuenta por las instituciones financieras para determinar si la marca puede ser utilizada como respaldo para préstamos. Estos factores incluyen:

- **Reconocimiento y reputación:** La marca debe ser ampliamente conocida y tener una buena reputación en el mercado. Una marca bien posicionada y con una imagen positiva genera confianza tanto en los consumidores como en los prestamistas.

- **Historia y estabilidad:** La trayectoria y estabilidad de la marca son fundamentales. Una marca con una historia establecida demuestra su capacidad para mantenerse en el mercado a lo largo del tiempo y generar ingresos consistentes.
- **Valor de mercado:** Se evalúa el valor económico de la marca, considerando aspectos como el valor de los activos intangibles asociados, el reconocimiento en el mercado y la lealtad de los clientes. Una marca con un alto valor de mercado tiene más posibilidades de ser considerada como garantía.
- **Sostenibilidad:** Se analiza la capacidad de la marca para mantener su posición y generar ingresos a largo plazo. Se considera la solidez de la estrategia de marketing, la capacidad de adaptación a los cambios del mercado y la innovación en productos o servicios.
- **Industria y competencia:** El entorno en el que opera la marca y la competencia existente también influyen en la evaluación. Se tiene en cuenta la posición de la marca en relación con sus competidores y la estabilidad de la industria en la que se encuentra.
- **Riesgos asociados:** Se evalúan los riesgos potenciales que podrían afectar a la marca, como problemas legales, disputas de propiedad intelectual o crisis de reputación. Estos riesgos pueden influir en la decisión de utilizar la marca como garantía y en las condiciones del crédito.
- **Documentación y transparencia:** La disponibilidad de información y documentación completa y confiable sobre la marca es importante para su evaluación. Esto incluye registros legales, estados financieros auditados y cualquier otro dato que respalde su valor y estabilidad.

Es fundamental tener en cuenta que cada institución financiera puede tener sus propios criterios y políticas específicas para evaluar la marca como garantía de crédito. Además, la marca no es el único factor que se considera en la evaluación crediticia, ya que también se analizan otros aspectos financieros y comerciales de la empresa solicitante.

Riesgos asociados a la utilización de la marca como garantía de crédito

La utilización de una marca como garantía de crédito implica ciertos riesgos que deben ser tenidos en cuenta. Algunos de los riesgos asociados a esta práctica incluyen:

- **Riesgo de reputación:** Si la marca enfrenta problemas legales, escándalos o problemas de calidad, su reputación puede verse afectada y su valor como garantía disminuido. Los prestamistas pueden mostrar reticencia a aceptar una marca con una reputación dañada como garantía.
- **Riesgo competitivo y cambios en el mercado:** El entorno competitivo puede cambiar rápidamente, lo que puede afectar la posición de la marca en el mercado. Si la marca no puede mantener su relevancia y competitividad, su valor como garantía puede disminuir.
- **Riesgo de propiedad intelectual:** Los problemas legales relacionados con la propiedad intelectual, como demandas por infracción de derechos de autor o marcas registradas, pueden generar incertidumbre sobre la validez y el valor de la marca como garantía. Estos problemas legales pueden afectar la capacidad de la marca para respaldar el préstamo.
- **Cambios en la demanda del mercado:** Los cambios en las preferencias de los consumidores pueden afectar la demanda de los productos o servicios de la marca. Si la demanda disminuye significativamente, esto puede afectar los ingresos y la rentabilidad de la empresa, lo que a su vez puede afectar su capacidad para cumplir con los pagos del préstamo.

- Dependencia del fundador o líder de la marca: Si la marca está estrechamente ligada a una figura prominente, como el fundador o líder de la empresa, existe el riesgo de que su partida o pérdida de influencia pueda afectar negativamente la percepción y el valor de la marca como garantía.

Es esencial que tanto los prestamistas como los propietarios de la marca estén conscientes de estos riesgos y realicen una evaluación exhaustiva antes de utilizar la marca como garantía de crédito. Deben considerarse estrategias para mitigar estos riesgos, como mantener una buena gestión de la marca, implementar políticas de control de calidad, diversificar la oferta de productos y servicios, y estar preparados para enfrentar posibles crisis de reputación.

Riesgos financieros para las PYMES

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se enfrentan a una serie de riesgos financieros que pueden tener un impacto significativo en su estabilidad y éxito. Estos riesgos incluyen:

- Riesgo de liquidez: Las PYMES a menudo experimentan dificultades para mantener suficiente liquidez para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo, como el pago de salarios y proveedores. Esto puede limitar su capacidad para operar de manera efectiva y dificultar su crecimiento.
- Riesgo crediticio: Las PYMES dependen en gran medida de créditos y préstamos para financiar sus operaciones y proyectos de expansión. Sin embargo, existe el riesgo de que no puedan cumplir con los pagos de la deuda, lo que podría afectar su capacidad para acceder a crédito en el futuro. Un historial crediticio deficiente puede resultar en condiciones de préstamo menos favorables.

- **Riesgo de tipo de cambio:** Si una PYME realiza transacciones en diferentes monedas o está expuesta a mercados internacionales, está expuesta al riesgo de fluctuaciones en los tipos de cambio. Estas fluctuaciones pueden afectar los costos de la empresa, sus márgenes de beneficio y su competitividad en el mercado global.
- **Riesgo de mercado:** Las PYMES también enfrentan riesgos asociados con cambios en la demanda del mercado, precios de insumos o materias primas, y condiciones económicas y políticas. Estos factores pueden afectar los ingresos, la rentabilidad y la viabilidad de la empresa.
- **Riesgo operativo:** Existen riesgos operativos relacionados con errores, fallas o interrupciones en los procesos y operaciones de la PYME. Esto puede incluir desde problemas de producción o logística hasta errores en la gestión financiera o incumplimiento de regulaciones. Estos riesgos pueden tener consecuencias financieras y dañar la reputación de la empresa.

Es fundamental que las PYMES identifiquen y comprendan estos riesgos financieros para poder gestionarlos de manera efectiva. Esto implica desarrollar planes de contingencia, diversificar las fuentes de financiamiento, monitorear de cerca la liquidez y seguir prácticas financieras sólidas, como la gestión eficiente del flujo de efectivo y la administración adecuada de la deuda.

Riesgos de reputación y daño a la marca

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan diversos riesgos relacionados con su reputación y el daño a su marca. Estos riesgos pueden tener consecuencias negativas en la percepción de los clientes, proveedores y otras partes interesadas, lo que a su vez puede afectar la rentabilidad y el crecimiento a largo plazo. Algunos de los riesgos más comunes en este ámbito son los siguientes:

- Crisis de reputación: Las PYMES están expuestas a situaciones que pueden desencadenar crisis de reputación, como problemas de calidad del producto, escándalos éticos, incidentes de seguridad o malas prácticas empresariales. Estas crisis pueden dañar la confianza de los clientes y la percepción de la empresa en el mercado.
- Comentarios negativos en línea: En la era digital, los comentarios negativos en plataformas en línea y redes sociales pueden propagarse rápidamente y afectar la imagen de la marca. Las PYMES deben estar atentas a lo que se dice sobre ellas en línea y responder de manera adecuada a los comentarios negativos para mitigar su impacto.
- Incumplimiento de expectativas: Si una empresa no cumple con las expectativas de los clientes en términos de calidad, servicio al cliente o cumplimiento de promesas, puede generar una percepción negativa y dañar la reputación de la marca. Es fundamental que las PYMES se esfuercen por cumplir y superar las expectativas de sus clientes.
- Problemas legales y regulatorios: Los problemas legales, como demandas o sanciones por incumplimiento de regulaciones, pueden afectar la reputación de una empresa y dañar su marca. Es importante que las PYMES cumplan con todas las leyes y regulaciones aplicables y establezcan prácticas comerciales éticas.
- Competencia y comparaciones desfavorables: En un mercado competitivo, las PYMES corren el riesgo de ser comparadas desfavorablemente con sus competidores, lo que puede afectar la percepción de la marca. Es importante que las empresas se diferencien y destaquen en términos de propuesta de valor y beneficios ofrecidos.

Para mitigar estos riesgos, las PYMES deben priorizar la gestión de la reputación y la marca. Esto implica establecer una cultura empresarial sólida, ofrecer productos y servicios de calidad, brindar un excelente servicio al cliente, comunicarse de manera transparente y efectiva con todas las partes interesadas y actuar de manera ética en todas las actividades empresariales.

Además, es esencial contar con un plan de gestión de crisis para abordar rápidamente cualquier problema que pueda surgir y proteger la reputación de la empresa.

Riesgos legales y regulatorios

Los riesgos legales y regulatorios son una preocupación significativa para las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Estos riesgos se refieren a la posibilidad de enfrentar consecuencias legales o sanciones debido al incumplimiento de leyes y regulaciones que se aplican a su industria o actividad comercial. Algunos de los riesgos legales y regulatorios más comunes incluyen:

- **Cumplimiento normativo:** Las PYMES deben cumplir con diversas regulaciones comerciales, como permisos, normas de seguridad, protección al consumidor, privacidad de datos, entre otros. El no cumplimiento de estas regulaciones puede llevar a sanciones, multas e incluso el cierre del negocio.
- **Responsabilidad civil:** Existe la posibilidad de que las PYMES enfrenten demandas legales por parte de empleados, clientes, proveedores u otras partes afectadas debido a lesiones, daños o pérdidas relacionadas con sus actividades comerciales. Estas demandas pueden resultar en costos legales, indemnizaciones y daños a la reputación de la empresa.
- **Protección de la propiedad intelectual:** Es esencial que las PYMES protejan sus derechos de propiedad intelectual, como marcas registradas, patentes o derechos de autor. El no hacerlo podría exponer a la empresa a disputas legales, infracciones y la pérdida de la ventaja competitiva que ofrece la propiedad intelectual.
- **Cumplimiento tributario:** Las PYMES deben cumplir con las leyes fiscales y presentar las declaraciones de impuestos correctamente y dentro de los plazos establecidos. El incumplimiento de las obligaciones tributarias puede resultar en multas, intereses acumulados y problemas legales con las autoridades fiscales.

- Cambios en la legislación: Las PYMES deben mantenerse informadas sobre los cambios en la legislación y regulaciones que puedan afectar su negocio. Los cambios en las leyes laborales, ambientales, fiscales u otras áreas relevantes pueden requerir ajustes en las operaciones comerciales y, en algunos casos, pueden generar costos adicionales o restricciones.

Para mitigar estos riesgos legales y regulatorios, las PYMES deben tener un claro conocimiento de las leyes y regulaciones aplicables a su industria, mantenerse actualizadas sobre posibles cambios, establecer políticas y procedimientos internos para garantizar el cumplimiento, y, en algunos casos, buscar asesoramiento legal especializado para evitar problemas legales y proteger sus intereses. Además, es fundamental fomentar una cultura empresarial ética, promover la transparencia y la responsabilidad en todas las actividades comerciales.

Instrumentos y mecanismos para mitigar los riesgos

Existen diversas herramientas y estrategias disponibles para reducir y gestionar los riesgos a los que se enfrentan las empresas, incluyendo los riesgos financieros, de reputación, legales y regulatorios. Algunos de estos mecanismos incluyen:

- Contratación de seguros: Las empresas pueden contratar pólizas de seguros para cubrir distintos tipos de riesgos, como daños a la propiedad, responsabilidad civil y pérdida de ingresos. Los seguros ayudan a transferir parte del riesgo a una compañía aseguradora, brindando protección financiera en caso de eventos adversos.
- Elaboración de contratos y acuerdos: Es esencial redactar contratos y acuerdos claros y detallados con clientes, proveedores y otras partes involucradas. Estos documentos deben establecer claramente los derechos y obligaciones de cada parte, así como las cláusulas de indemnización y resolución de conflictos. Un contrato bien redactado

puede ayudar a mitigar los riesgos legales y garantizar el cumplimiento de los compromisos acordados.

- **Cumplimiento normativo y asesoramiento legal:** Las empresas deben estar al tanto de las leyes y regulaciones que se aplican a su industria y asegurarse de cumplirlas correctamente. Contar con asesoramiento legal especializado puede contribuir a garantizar el cumplimiento normativo, proporcionar orientación sobre los riesgos legales y regulatorios, y ayudar en la toma de decisiones estratégicas.
- **Auditorías internas y controles internos:** Realizar auditorías internas periódicas y establecer controles internos sólidos permite identificar y mitigar los riesgos operativos y financieros. Estos procesos permiten detectar posibles irregularidades, errores o fraudes, y tomar medidas correctivas de manera oportuna.
- **Monitoreo y gestión de riesgos:** Las empresas deben implementar sistemas de monitoreo y gestión de riesgos efectivos. Esto implica identificar y evaluar los riesgos potenciales, establecer estrategias de mitigación, implementar controles adecuados y realizar un seguimiento continuo para garantizar una gestión eficaz de los riesgos.
- **Capacitación y concientización:** Es fundamental proporcionar capacitación adecuada a los empleados y fomentar la conciencia sobre los riesgos que enfrenta la empresa. La formación en áreas como cumplimiento normativo, protección de datos, seguridad laboral y ética empresarial ayuda a reducir los riesgos asociados con el comportamiento inapropiado o la falta de conocimiento de las políticas y regulaciones.

Estas herramientas y estrategias no solo ayudan a mitigar los riesgos, sino que también fortalecen la posición de la empresa al demostrar un enfoque proactivo para identificar y abordar los riesgos potenciales. Es importante adaptar estas estrategias a la situación y necesidades específicas de cada empresa, y buscar asesoramiento profesional cuando sea necesario.

Evaluación de la solvencia y capacidad crediticia de las PYMES

La evaluación de la solvencia y capacidad crediticia de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) es un proceso esencial para los prestamistas y entidades financieras al evaluar la viabilidad de otorgarles crédito. Durante este proceso, se recopila y analiza información financiera y no financiera para determinar si la empresa cuenta con los recursos necesarios para cumplir con sus obligaciones crediticias. Algunos de los factores clave que se consideran son:

- **Información financiera:** Se examinan los estados financieros, como el balance general y el estado de resultados, para evaluar la salud financiera de la empresa. Esto incluye analizar la liquidez, rentabilidad y capacidad de generar flujo de efectivo.
- **Historial crediticio:** Se revisa el historial de pagos y el manejo de deudas anteriores para evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con sus compromisos financieros.
- **Ratios financieros:** Se calculan y analizan diversos indicadores financieros, como la liquidez y el endeudamiento, para obtener una visión más precisa de la situación financiera de la empresa.
- **Modelo de negocio:** Se analiza el modelo de negocio de la empresa, su mercado objetivo, competencia y perspectivas de crecimiento. Esto ayuda a evaluar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- **Garantías y avales:** Se considera la existencia de garantías tangibles o avales personales que respalden el crédito solicitado.
- **Capacidad de pago:** Se evalúa la capacidad de la empresa para generar ingresos y generar suficiente flujo de efectivo para cumplir con los pagos del crédito. Se analizan los ingresos proyectados, la cartera de clientes y otros factores que puedan afectar la capacidad de pago.

- **Análisis del entorno económico y sectorial:** Se examina el entorno económico y el sector en el que opera la empresa para evaluar los riesgos y oportunidades que podrían afectar su capacidad de cumplir con las obligaciones crediticias.

Estos son algunos de los factores que se tienen en cuenta al evaluar la solvencia y capacidad crediticia de las PYMES. La evaluación es integral y se adaptará a los requisitos y políticas de cada entidad financiera.

Herramientas de análisis de riesgo crediticio

Se emplean diversas herramientas y métodos para analizar el riesgo crediticio y la capacidad de pago de las empresas, incluyendo las PYMES. Algunas de estas herramientas son:

- **Análisis de estados financieros:** Las entidades financieras revisan detalladamente los estados financieros de la empresa, como el balance general, el estado de resultados y el flujo de efectivo. Estos documentos proporcionan información clave sobre la situación financiera, la liquidez, la rentabilidad y la capacidad de pago de la empresa.
- **Ratios financieros:** Se calculan ratios financieros utilizando los datos financieros de la empresa. Estos ratios, que incluyen medidas de liquidez, endeudamiento, rentabilidad y eficiencia, ayudan a evaluar la capacidad de pago y la salud financiera general de la empresa.
- **Análisis crediticio:** Se realiza un análisis exhaustivo del historial crediticio de la empresa, incluyendo los pagos a proveedores, el comportamiento de pago y la solvencia. Este análisis proporciona información sobre la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones crediticias.
- **Evaluación del modelo de negocio:** Se evalúa el modelo de negocio de la empresa, incluyendo el mercado objetivo, la competencia y las perspectivas de crecimiento. Esto

permite evaluar la viabilidad a largo plazo de la empresa y su capacidad para generar ingresos y cumplir con sus compromisos crediticios.

- **Análisis de la industria y el entorno:** Se examina la industria en la que opera la empresa y el entorno económico en el que se encuentra. Esto implica evaluar los riesgos y oportunidades que podrían afectar la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones crediticias.
- **Información crediticia externa:** Las entidades financieras también utilizan información crediticia externa, como informes de agencias de calificación crediticia y bases de datos de información financiera, para complementar su análisis de riesgo crediticio.

Estas herramientas de análisis de riesgo crediticio permiten a las entidades financieras evaluar de manera precisa la capacidad crediticia de las empresas, lo que les ayuda a tomar decisiones informadas sobre la concesión de crédito y establecer las condiciones y términos adecuados para mitigar los riesgos asociados.

Medidas de protección y garantías adicionales

Además de las herramientas de evaluación de riesgo crediticio, las entidades financieras pueden requerir medidas adicionales de protección y garantías para mitigar los riesgos asociados a la concesión de crédito. Estas medidas incluyen:

- **Garantías colaterales:** Las empresas pueden ofrecer activos como garantía, como bienes inmuebles, activos financieros o inventarios, que se utilizan como respaldo en caso de incumplimiento en el pago del crédito. Estas garantías proporcionan un mayor nivel de seguridad a las entidades financieras y reducen el riesgo de pérdida.
- **Avales o garantías personales:** Se pueden solicitar avales o garantías en las cuales un tercero se compromete a asumir la responsabilidad del pago en caso de que la empresa

no cumpla con sus obligaciones de pago. Estas garantías adicionales brindan respaldo adicional a las entidades financieras y generan mayor confianza en la capacidad de pago.

- Seguros de crédito: Las entidades financieras pueden exigir que la empresa adquiera un seguro de crédito que proteja al prestamista en caso de impago. Este seguro cubre el riesgo de pérdida y proporciona una garantía adicional a la entidad financiera.
- Cláusulas restrictivas: En algunos casos, se pueden establecer cláusulas en el contrato de crédito que limiten ciertas actividades o decisiones que podrían afectar negativamente la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones crediticias. Estas cláusulas aseguran un mayor control y protección por parte de la entidad financiera.
- Seguimiento y monitoreo: Las entidades financieras pueden llevar a cabo un seguimiento y monitoreo constante de la situación financiera de la empresa durante el período de crédito. Esto implica revisar regularmente los estados financieros, informes de pagos y otros indicadores clave para identificar posibles riesgos o señales de deterioro financiero.

Estas medidas de protección y garantías adicionales brindan mayor respaldo a las entidades financieras y contribuyen a reducir los riesgos asociados a la concesión de crédito. Sin embargo, es esencial que las empresas comprendan las implicaciones y responsabilidades asociadas a estas medidas, y se aseguren de cumplir con sus obligaciones crediticias para mantener una buena relación con los prestamistas.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El marco metodológico se entiende a una serie de pasos o métodos que se deben plantear, para saber cómo se continuará la investigación, este se ocupa de revisar los procesos a realizar en la investigación, así como, los pasos a seguir para conseguir el resultado al problema planteado.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo, puesto que se encuentra orientado hacia la descripción y la comprensión del fenómeno objeto de estudio, pues a través del estudio de los diferentes elementos que conforman el fenómeno de relevancia jurídica se presentan propuestas y opiniones que surgen de la lógica y coherencia entre la realidad y la norma vigente.

El enfoque cualitativo pretende describir e interpretar el fenómeno de que una marca tradicional pueda ser utilizada como garantía ante instituciones del sector financiero ecuatoriano por los conocidos MIPYMES y PYMES.

2.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación cualitativa se basa en que los investigadores dentro de este enfoque se deben interesar por acceder a las experiencias y documentos materiales que se estudian (Gibbs, 2007, pág. 13).

En el presente trabajo de investigación se ha realizado una búsqueda minuciosa acerca de los conceptos, pronunciamientos, teorías y doctrinas más relevantes respecto de los tipos de marcas que se pueden registrar, la forma correcta en la que deben ser valoradas las marcas, e

incluso los lineamientos técnicos otorgados por el sector financiero para otorgar créditos a usuarios.

2.3. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN:

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

2.4. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1. EXPLORATORIO:

El trabajo de investigación realizado es de tipo exploratorio debido a que se trata de un problema poco estudiado y que representa una gran problemática para un grupo de personas bastante grande, analizando lo señalado en normativa vigente, así como, en las opiniones de distintos catedráticos o entendidos en la materia de propiedad intelectual y financiera.

2.5. UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

El periodo de la investigación se basa entre los años 2020 y 2022, siendo su la población de estudio las empresas consideradas MIPYMES y PYMES, para lo cual, es importante referirnos a las estadísticas anunciadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), pues en el Ecuador existen cerca de 900.000 empresas de las cuales el 99.5% son consideradas como MIPYME.

Tratándose de una cifra sumamente alta, nos referiremos únicamente a las empresas consideradas MYPIMES que operan en la ciudad de Guayaquil, lo que da como resultado 37.730 empresas.

Para definir la muestra de la presente investigación jurídica, se toma la misma a través de investigaciones, artículos científicos, jurisprudencia, normativa nacional e internacional, estudios internos, entre otros.

2.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

2.6.1. MÉTODO EMPÍRICO:

El método empírico permite la obtención y elaboración de datos, a través del mismo se logró entender el fenómeno de la investigación; y se llevó a cabo técnicas de recolección de datos.

2.6.2. ENCUESTA:

Como una de las técnicas de investigación del método empírico se utilizó la encuesta, la cual se realizó a diferentes personas entendidas en materia de derechos intelectuales, propiedad intelectual, derecho financiero, quienes contribuyen al conocimiento de hechos fundamentales respecto al desconocimiento de la ley.

2.6.3. ENTREVISTA:

Para un mejor estudio y análisis de la presente investigación se realizó la entrevista a expertos especializados en el tema.

ANÁLISIS DOCUMENTAL:

El análisis documental del tema "La Marca Tradicional como Garantía de Crédito para Pequeñas y Medianas Empresas en el Sistema Financiero Ecuatoriano y sus Riesgos" examina

la relación entre las marcas tradicionales y su utilidad como garantía para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) en el contexto del sistema financiero de Ecuador. Se centra en la idea de cómo las marcas tradicionales pueden servir como un activo intangible que respalde la obtención de crédito y financiamiento para las PYMEs, y al mismo tiempo, explora los riesgos asociados con esta práctica.

En primer lugar, el análisis examina la importancia de las marcas tradicionales en el contexto de las PYMEs y su capacidad para generar confianza y reconocimiento en el mercado. Se discute cómo una marca sólida puede contribuir al valor del negocio y actuar como un factor diferenciador en un entorno competitivo. Además, se explora cómo algunas instituciones financieras en Ecuador podrían considerar las marcas tradicionales como garantía para otorgar crédito a las PYMEs, basándose en la reputación y el prestigio asociados con estas marcas.

Sin embargo, el análisis también aborda los riesgos potenciales asociados con el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito. Entre estos riesgos se encuentra la dificultad de evaluar objetivamente el valor real de una marca tradicional y su capacidad para respaldar el crédito. Las marcas pueden ser subjetivas y su valor puede fluctuar con el tiempo, lo que podría afectar la capacidad de las PYMEs para cumplir con los compromisos financieros. Además, la falta de regulación y estandarización en la valoración de marcas tradicionales podría llevar a problemas de inconsistencia y falta de transparencia en la evaluación crediticia.

El análisis también podría examinar cómo la falta de información clara y procesos adecuados para evaluar y utilizar marcas tradicionales como garantía de crédito puede aumentar la exposición de las instituciones financieras a riesgos crediticios. En caso de incumplimiento de pago, la recuperación de fondos a través de la marca tradicional podría resultar compleja y llevar a disputas legales y dificultades en la ejecución.

El análisis documental sobre el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito para PYMEs en el sistema financiero ecuatoriano destaca tanto las posibles ventajas como los

riesgos involucrados en esta práctica. Proporciona una visión integral de cómo las marcas tradicionales pueden influir en la obtención de crédito para las PYMEs y cómo las instituciones financieras deben considerar cuidadosamente estos aspectos al desarrollar políticas y prácticas relacionadas con la evaluación crediticia y la mitigación de riesgos.

OBSERVACIÓN DIRECTA:

La aplicación de la observación directa en el tema "La Marca Tradicional como Garantía de Crédito para Pequeñas y Medianas Empresas en el Sistema Financiero Ecuatoriano y sus Riesgos" involucraría la recolección y el análisis de datos mediante la observación directa de situaciones relevantes en el contexto de las PYMEs y las instituciones financieras ecuatorianas.

En este enfoque de investigación, los investigadores podrían haberse involucrado directamente con las PYMEs y las instituciones financieras para observar y registrar cómo se estaba aplicando la práctica de utilizar marcas tradicionales como garantía de crédito. A través de la observación directa, los investigadores podrían haber capturado información detallada sobre cómo las PYMEs presentaban sus marcas como garantía, cómo las instituciones financieras evaluaban estas marcas y cómo se llevaba a cabo el proceso de otorgamiento de crédito.

La observación directa podría haber permitido a los investigadores presenciar situaciones reales en las que las marcas tradicionales eran discutidas y valoradas como garantía de crédito. Esto podría haber incluido observar reuniones entre representantes de las PYMEs y ejecutivos financieros, así como la revisión de documentos y acuerdos relacionados con la utilización de marcas como garantía.

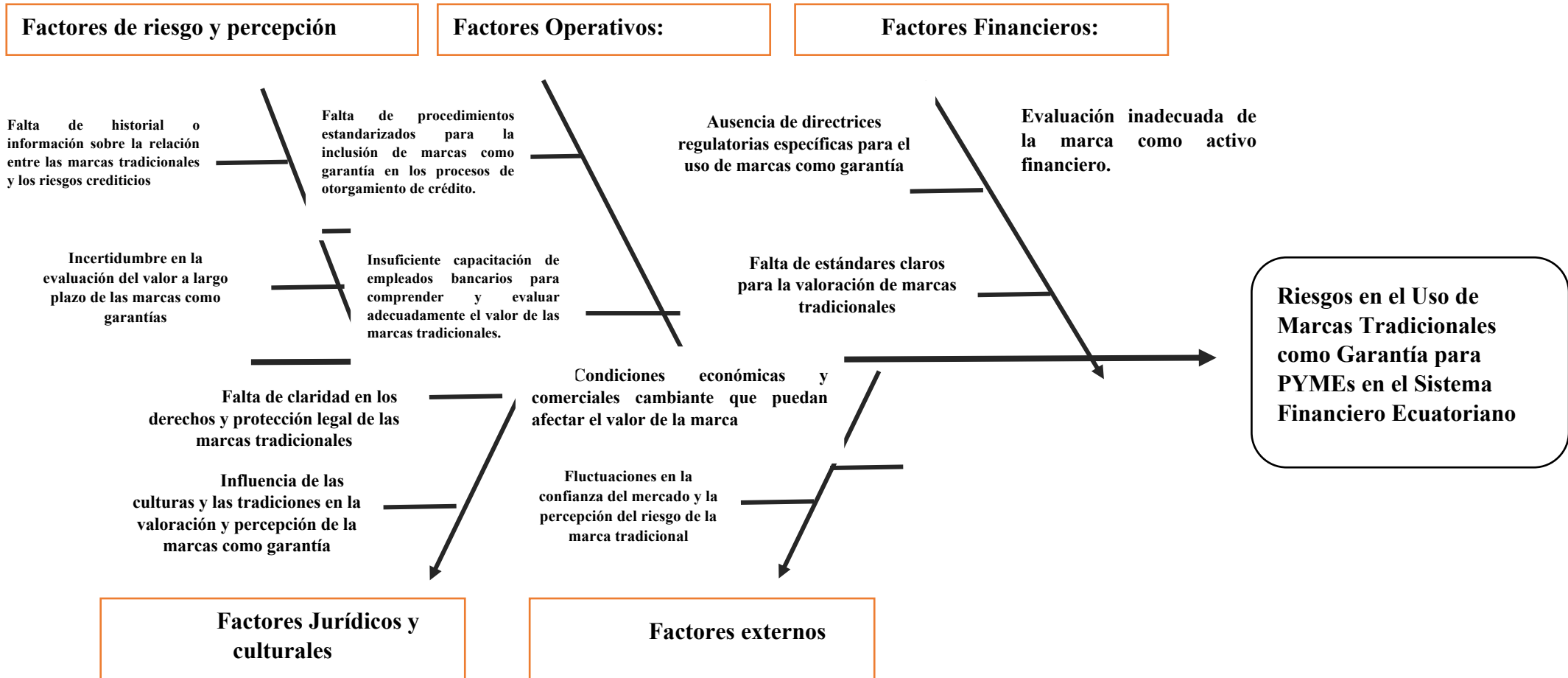
Además, mediante la observación directa, los investigadores podrían haber identificado posibles desafíos y riesgos en tiempo real. Podrían haber capturado las interacciones y discusiones que podrían haber revelado la falta de regulación o estándares claros en la

evaluación de marcas como garantía, así como posibles discrepancias en la valoración de las marcas tradicionales.

La observación directa será complementada con entrevistas a actores clave en el proceso, como propietarios de PYMEs, ejecutivos financieros y expertos en la industria. Esto habría enriquecido la comprensión de los factores subyacentes que influyen en la decisión de utilizar marcas tradicionales como garantía y cómo estas prácticas podrían haber afectado las operaciones y la percepción de riesgo por parte de las instituciones financieras.

La aplicación de la observación directa en el tema de la marca tradicional como garantía de crédito para PYMEs en el sistema financiero ecuatoriano y sus riesgos habría permitido a los investigadores obtener una comprensión detallada y contextualizada de cómo se llevaban a cabo estas prácticas en la vida real. Habría proporcionado información valiosa para comprender los beneficios y riesgos asociados con el uso de marcas tradicionales como garantía y cómo podrían haber impactado en la toma de decisiones crediticias y en la gestión de riesgos por parte de las instituciones financieras.

MÉTODO ISHIKAWA:



CAPITULO III

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

3.1 Entrevista realizada al Abg. Roger Nieto

- 1. ¿Qué beneficios podría obtener una Pequeña o Mediana Empresa (Pyme) al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales?**

Podría tener dado que la propiedad intelectual corresponde a un derecho incorporeal podría establecerse en la norma que este derecho pueda formar parte de una prenda, así como preñar un vehículo. Al preñarlo el banco no podría negarse.

- 2. ¿Cuáles son los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?**

Dado que hablamos de una SAS podría darse en el hecho de que la persona que solicite el crédito lo destine no solamente para solventar una necesidad de la persona jurídica, sino para un apropiamiento personal. Por lo que, considero que debería ser necesario que se establezca en el estatuto de la compañía que esta persona, que bien puede ser el mismo representante legal, sea designada unánimemente por los socios.

- 3. ¿Ud. considera que la aceptación de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano una práctica viable y beneficiosa para las Pymes?**

Si sería viable siempre y cuando se establezca un procedimiento de valoración de ese derecho incorporeal y a la vez beneficioso porque cumplido lo anterior la entidad crediticia no podría negar una línea de crédito.

- 4. ¿Cómo puede influir el valor y la reputación de una marca tradicional en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme?**

Va a influir en el hecho de que el organismo crediticio le va a otorgar el crédito en proporción a los valores que asegure una prenda sobre bienes incorporeales de propiedad intelectual.

- 5. ¿Cuál considera es la percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto a utilizar una marca tradicional como garantía para otorgar créditos?**

Desde el punto de vista jurídico considero que la mayoría de instituciones bancarias lo consideran como algo imposible de hacer porque la norma no establece un parámetro específico.

6. Además de las marcas tradicionales, ¿considera que existen otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano?

Todo lo relacionado con propiedad intelectual abarca un sinfín de creaciones en este caso provenientes de la persona jurídica que a pesar de no ser humano, sus representantes y administradores si lo son, como por ejemplo una fórmula para poder realizar algo que no existía anteriormente.

7. ¿Qué estrategias podrían implementar las instituciones financieras en Ecuador para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes en este tipo de transacciones?

No procede mientras no se creen los mecanismos jurídicos para la valoración de la propiedad intelectual. El banco depende de lo que le diga la ley.

8. ¿Existen regulaciones específicas o requisitos adicionales que las Pymes deban cumplir al utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?

Toda creación patentes de invención, formulas, procedimientos, el mecanismo sería que estén registrados en el SENADI.

3.2 Entrevista realizada al Ab. Edwin Ordóñez

- 1. ¿Qué beneficios podría obtener una Pequeña o Mediana Empresa (Pyme) al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales?**

Utilizar la marca tradicional como garantía bancaria puede brindar a una Pequeña o Mediana Empresa (Pyme) varios beneficios destacados. En primer lugar, al basarse en un activo intangible, la Pyme puede evitar la necesidad de presentar garantías convencionales como propiedades o activos tangibles. Esto puede liberar recursos valiosos y reducir la carga financiera inicial. Además, el uso de la marca tradicional podría agilizar el proceso de obtención de créditos al simplificar los trámites y evaluaciones, lo que resulta especialmente útil para Pymes con recursos limitados.

- 2. ¿Cuáles son los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?**

Los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano son diversos. Uno de los principales riesgos radica en la volatilidad del valor de la marca en el tiempo, lo que podría influir en la capacidad de pago de la Pyme en caso de incumplimiento. Además, la falta de estándares claros para la valoración de marcas podría dar lugar a discrepancias en la evaluación de su valor real, generando incertidumbre para ambas partes.

- 3. ¿Ud. considera que la aceptación de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano una práctica viable y beneficiosa para las Pymes?**

Sin duda, la aceptación de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano puede ser una práctica beneficiosa para las Pymes. Esta alternativa podría permitir un acceso más inclusivo al crédito para las Pymes que no poseen activos tangibles de gran valor. Sin embargo, es esencial establecer regulaciones claras y mecanismos de evaluación confiables para garantizar la viabilidad y equidad de esta práctica.

4. ¿Cómo puede influir el valor y la reputación de una marca tradicional en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme?

El valor y la reputación de una marca tradicional pueden tener un impacto significativo en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme. Una marca sólida y reconocible puede aumentar la confianza de los prestamistas en la capacidad de la Pyme para cumplir con sus obligaciones crediticias. Además, una marca bien establecida podría mejorar la percepción de riesgo, lo que podría reflejarse en tasas de interés más favorables y montos de crédito más altos.

5. ¿Cuál considera es la percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto a utilizar una marca tradicional como garantía para otorgar créditos?

La percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto a utilizar una marca tradicional como garantía puede variar. Algunas instituciones podrían estar abiertas a esta práctica como una forma innovadora de evaluar el riesgo crediticio. Sin embargo, otras podrían ser más cautelosas debido a la falta de experiencia previa y a la dificultad de valorar intangibles. La implementación exitosa requeriría una comunicación transparente y educación sobre los beneficios y riesgos asociados.

6. Además de las marcas tradicionales, ¿considera que existen otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano?

Además de las marcas tradicionales, hay otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía en el sistema financiero ecuatoriano. Entre estos se incluyen patentes, derechos de autor, licencias y hasta la reputación de la empresa en el mercado. Sin embargo, se requeriría un marco regulatorio sólido y evaluaciones precisas para garantizar la adecuada valoración y gestión de estos activos como garantía.

7. ¿Qué estrategias podrían implementar las instituciones financieras en Ecuador para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes en este tipo de transacciones?

Las instituciones financieras en Ecuador podrían implementar varias estrategias para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes. Esto incluiría la creación de guías claras para la valoración de marcas, la oferta de programas de capacitación para Pymes sobre cómo presentar su marca como garantía y la colaboración con agencias especializadas en propiedad intelectual para respaldar la evaluación.

8. ¿Existen regulaciones específicas o requisitos adicionales que las Pymes deban cumplir al utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?

Si una Pyme decide utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía, podría haber requisitos adicionales o regulaciones específicas a considerar. Esto podría incluir la presentación de documentación que respalde la titularidad de los activos, la clarificación de su valor y la demostración de que son transferibles y líquidos en caso de incumplimiento. Estas regulaciones adicionales serían cruciales para garantizar la transparencia y la seguridad en este tipo de transacciones crediticias.

3.3 Entrevista realizada a la Ab. Naomi Gómez

1. ¿Qué beneficios podría obtener una Pequeña o Mediana Empresa (Pyme) al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales?

Desde mi opinión la posibilidad de usar una marca tradicional como garantía bancaria ofrece a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) una oportunidad única para diversificar sus opciones de financiamiento. A diferencia de las garantías convencionales que pueden requerir comprometer activos tangibles, el uso de la marca tradicional permite a la Pyme preservar sus activos físicos y aún así acceder a créditos. Esto podría ser especialmente valioso en momentos de expansión o inversión estratégica.

2. ¿Cuáles son los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?

Los riesgos relacionados con el uso de una marca tradicional como garantía en el sistema financiero ecuatoriano son relevantes. Uno de los riesgos clave es la dificultad en la valoración precisa de la marca. La valoración subjetiva puede llevar a discrepancias entre la Pyme y la entidad crediticia, potencialmente afectando el monto del crédito. Además, la percepción pública de la marca podría cambiar rápidamente, lo que podría impactar negativamente en la percepción crediticia de la Pyme.

3. ¿ Ud. considera que la aceptación de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano una práctica viable y beneficiosa para las Pymes?

La aceptación de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano es ciertamente una práctica viable y beneficiosa para las Pymes. Al permitir que los activos intangibles sean utilizados como garantía, se abren nuevas puertas de financiamiento para empresas que pueden carecer de activos tangibles valiosos. Esto puede estimular la innovación y el crecimiento económico en el sector de las Pymes.

4. ¿Cómo puede influir el valor y la reputación de una marca tradicional en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme?

El valor y la reputación de una marca tradicional pueden tener un impacto directo en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme. Una marca sólida y reconocible podría aumentar la confianza de los prestamistas, lo que podría resultar en tasas de interés más bajas y condiciones de crédito más favorables. Además, una marca establecida podría brindar a la Pyme una ventaja competitiva al demostrar su solidez en el mercado.

5. ¿Cuál considera es la percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto a utilizar una marca tradicional como garantía para otorgar créditos?

Las instituciones financieras en Ecuador tienen una percepción cada vez más positiva sobre el uso de marcas tradicionales como garantía para otorgar créditos. Reconocen que las marcas sólidas pueden representar activos valiosos y consideran que este enfoque innovador podría ayudar a superar las limitaciones de garantías convencionales. Sin embargo, aún existe la preocupación por la subjetividad en la valoración de las marcas.

6. Además de las marcas tradicionales, ¿considera que existen otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano?

Además de las marcas tradicionales, existen otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía en el sistema financiero ecuatoriano. Por ejemplo, los derechos de propiedad intelectual, como las patentes y los derechos de autor, podrían ser considerados como garantías válidas. La propiedad de tecnología o propiedad exclusiva también podría ser explorada como una forma de respaldar las solicitudes de crédito.

7. ¿Qué estrategias podrían implementar las instituciones financieras en Ecuador para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes en este tipo de transacciones?

Para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes, las instituciones financieras podrían implementar estrategias como la creación de herramientas en línea para la valoración de marcas, la realización de talleres educativos sobre el proceso y los beneficios, y la colaboración con asociaciones empresariales para difundir información.

8. ¿Existen regulaciones específicas o requisitos adicionales que las Pymes deban cumplir al utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?

En el caso de utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía, las Pymes podrían enfrentar regulaciones específicas y requisitos adicionales. Esto podría incluir la necesidad de contar con asesoramiento legal especializado para demostrar la autenticidad de los activos, la claridad de la propiedad y la capacidad de transferirlos en caso de incumplimiento. La transparencia en la documentación sería fundamental para satisfacer los requisitos crediticios.

3.4 Entrevista realizada a la Ab. Aura Oyola

1. ¿Qué beneficios podría obtener una Pequeña o Mediana Empresa (Pyme) al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales?

La utilización de una marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales puede conferir a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) múltiples ventajas desde el ámbito de la propiedad intelectual. Esta elección permite a la Pyme salvaguardar sus activos tangibles mientras muestra su solidez y valor a través de su propiedad intelectual. Asimismo, al utilizar la marca como garantía, la Pyme puede evitar comprometer activos físicos y conservar un mayor grado de flexibilidad financiera.

2. ¿Cuáles son los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?

Los riesgos asociados al empleo de una marca tradicional como respaldo para obtener créditos en el sistema financiero ecuatoriano se centran en la apreciación subjetiva de la propiedad intelectual. La dificultad de determinar con precisión el valor económico de una marca podría generar desacuerdos entre la Pyme y la entidad crediticia. Además, la posibilidad de cambios en la percepción pública de la marca a lo largo del tiempo podría repercutir negativamente en su valor y, en consecuencia, en la seguridad crediticia.

3. ¿ Ud. considera que la aceptación de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano una práctica viable y beneficiosa para las Pymes?

La consideración de marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano se visualiza como una práctica sumamente factible y provechosa para las Pymes. Desde el ámbito de la propiedad intelectual, este enfoque reconocería la importancia y el valor de los activos intangibles en el entorno empresarial. Las marcas y patentes bien establecidas podrían servir como indicadores confiables de la estabilidad financiera de una Pyme y facilitar su acceso a créditos.

4. ¿Cómo puede influir el valor y la reputación de una marca tradicional en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme?

La importancia y la reputación de una marca tradicional tienen una influencia directa en la cantidad y las condiciones del crédito al alcance de una Pyme. En términos del derecho de propiedad intelectual, una marca de renombre puede señalar una ventaja competitiva considerable en el mercado. Esto podría traducirse en condiciones crediticias más favorables, dado que las instituciones financieras reconocen la capacidad de la marca para generar ingresos sostenibles y lealtad del cliente.

5. ¿Cuál considera es la percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto a utilizar una marca tradicional como garantía para otorgar créditos?

Las entidades financieras en Ecuador, en relación con la adopción de marcas tradicionales como garantía, han demostrado un creciente entendimiento y valorización de la propiedad intelectual como un activo apreciable. La percepción prevaleciente es que las marcas sólidas reflejan solidez empresarial y, por consiguiente, están dispuestas a contemplarlas como garantías. Sin embargo, subsiste cierta inquietud acerca de la valoración precisa de estas marcas.

6. Además de las marcas tradicionales, ¿considera que existen otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano?

Además de las marcas tradicionales, existen diversas otras propiedades intangibles que las Pymes podrían emplear como garantía crediticia en el sistema financiero ecuatoriano. Estas podrían englobar derechos de propiedad intelectual como patentes, derechos de autor y secretos comerciales. También podría considerarse la utilización de portafolios de propiedad intelectual y acuerdos de licencia como medidas de respaldo adicionales.

7. ¿Qué estrategias podrían implementar las instituciones financieras en Ecuador para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes en este tipo de transacciones?

Las entidades financieras en Ecuador podrían desplegar estrategias de instrucción y concienciación sobre el valor de las marcas tradicionales como garantía. Estas estrategias podrían englobar la colaboración con expertos en propiedad intelectual para instruir al personal de las instituciones financieras sobre cómo valorar adecuadamente el potencial de una marca. Adicionalmente, se podrían establecer directrices claras para la tasación y el uso de marcas como respaldo crediticio.

8. ¿Existen regulaciones específicas o requisitos adicionales que las Pymes deban cumplir al utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía para acceder a créditos en el sistema financiero ecuatoriano?

En lo que respecta a la utilización de activos intangibles distintos de las marcas tradicionales como garantía, es plausible que existan normativas específicas y requisitos adicionales en el entorno financiero ecuatoriano. Estos requisitos podrían incluir la presentación de documentación pormenorizada que respalde la autenticidad y el valor de los activos intangibles. La Pyme podría requerir la orientación legal especializada para cumplir con los requisitos y demostrar la legitimidad de los activos intangibles empleados como garantía.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La entrevista con el Abogado Roger Nieto arroja luz sobre varios aspectos relacionados con el uso de marcas tradicionales como garantía bancaria para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el contexto del sistema financiero ecuatoriano. En respuesta a la primera pregunta sobre los beneficios que las Pymes podrían obtener al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales, el Abogado Nieto destaca la posibilidad de incorporar la propiedad intelectual en el ámbito de las prendas. Esto sugiere que las Pymes podrían usar sus marcas como garantía de manera similar a cómo se prenda un vehículo, lo que podría otorgarles una mayor flexibilidad al negociar con los bancos.

En relación a los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos, el entrevistado menciona la posibilidad de que los fondos obtenidos no sean utilizados exclusivamente para fines de la empresa, sino para intereses personales del solicitante. Para abordar esta situación, sugiere que se establezca en el estatuto de la compañía que cualquier uso indebido de los fondos debe ser aprobado unánimemente por los socios. Respecto a la viabilidad y beneficios de aceptar marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano, el Abogado Nieto considera que es viable siempre que se establezca un procedimiento claro de valoración de estos activos intangibles. Argumenta que una vez que se establezca esta valoración, las entidades crediticias no podrían negar una línea de crédito basada en propiedad intelectual.

Sobre cómo el valor y la reputación de una marca tradicional podrían influir en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme, el entrevistado sostiene que los organismos crediticios otorgarían créditos en función de los valores asegurados por bienes incorporeales de propiedad intelectual, lo que podría llevar a una mayor línea de crédito para empresas con marcas fuertes. La percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto al uso de marcas tradicionales como garantía se considera limitada desde una perspectiva jurídica, ya que muchas de ellas consideran esta práctica difícil debido a la falta de parámetros específicos en la normativa.

En cuanto a otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía, el Abogado Nieto destaca que todo lo relacionado con la propiedad intelectual, como patentes, fórmulas y procedimientos, podría ser empleado como garantía en el sistema financiero ecuatoriano. En relación a las estrategias que las instituciones financieras podrían implementar para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía, el entrevistado sostiene que, hasta que se establezcan mecanismos jurídicos para la valoración de la propiedad intelectual, no sería factible. En última instancia, señala que los bancos dependen en gran medida de lo que establezca la ley. Finalmente, en cuanto a regulaciones específicas o requisitos adicionales para el uso de activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía, el Abogado Nieto enfatiza que estos activos, como patentes y procedimientos, deberían estar registrados en el SENADI para ser considerados como garantía crediticia en el sistema financiero ecuatoriano.

Por otra parte, la entrevista con el Abogado Edwin Ordóñez arroja una perspectiva detallada sobre el uso de marcas tradicionales como garantía bancaria para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el contexto del sistema financiero ecuatoriano. En respuesta a la primera pregunta sobre los beneficios que las Pymes podrían obtener al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales, el Abogado Ordóñez resalta que este enfoque podría liberar recursos valiosos al evitar la necesidad de presentar activos tangibles como garantía. También destaca que el proceso de obtención de créditos podría agilizarse al simplificar los trámites y evaluaciones, beneficiando especialmente a las Pymes con recursos limitados.

En relación a los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos, el entrevistado subraya la volatilidad del valor de la marca en el tiempo como un riesgo importante. Además, señala la falta de estándares claros para la valoración de marcas, lo que podría generar incertidumbre en la evaluación de su valor real. Sobre la viabilidad y beneficios de aceptar marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano, el Abogado Ordóñez está convencido de que podría ser una práctica beneficiosa para las Pymes. Sin embargo, hace hincapié en la importancia de establecer regulaciones y mecanismos de evaluación confiables para garantizar la viabilidad y equidad de esta práctica.

Respecto a cómo el valor y la reputación de una marca tradicional pueden influir en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme, el entrevistado sostiene que una marca sólida podría aumentar la confianza de los prestamistas y mejorar la percepción de riesgo, lo que podría traducirse en tasas de interés más favorables y montos de crédito más altos. La percepción de las instituciones financieras en Ecuador respecto al uso de marcas tradicionales como garantía es considerada variable por el Abogado Ordóñez. Mientras algunas instituciones podrían estar abiertas a esta práctica como una forma innovadora de evaluar el riesgo crediticio, otras podrían ser más cautelosas debido a la falta de experiencia y la dificultad de valorar intangibles.

En cuanto a otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía, el entrevistado menciona patentes, derechos de autor, licencias y la reputación de la empresa. Sin embargo, destaca la necesidad de un marco regulatorio sólido y evaluaciones precisas para asegurar su adecuada valoración y gestión como garantía. Sobre estrategias para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía, el Abogado Ordóñez sugiere la creación de guías claras para la valoración, programas de capacitación y colaboración con agencias especializadas en propiedad intelectual.

En relación a regulaciones específicas o requisitos adicionales al utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía, el entrevistado menciona la posible necesidad de documentación que respalde la titularidad, la clarificación de su valor y la demostración de su transferibilidad y liquidez en caso de incumplimiento. Estas regulaciones adicionales serían cruciales para asegurar la transparencia y seguridad en estas transacciones crediticias.

Por otra parte, la entrevista con la Abogada Naomi Gómez proporciona una perspectiva esclarecedora sobre el uso de marcas tradicionales como garantía bancaria para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el contexto del sistema financiero ecuatoriano. En respuesta a la primera pregunta acerca de los beneficios que las Pymes podrían obtener al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales, la Abogada Gómez enfatiza que esta opción brinda a las Pymes la oportunidad de diversificar sus fuentes de financiamiento. A diferencia de las garantías convencionales, que pueden requerir activos tangibles, el uso de marcas tradicionales permite a las Pymes mantener sus activos físicos mientras acceden a créditos, lo cual puede ser especialmente útil en momentos de crecimiento.

En relación a los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía para acceder a créditos, la entrevistada destaca la dificultad en la valoración precisa de la marca como un riesgo relevante. Además, señala que la percepción pública de la marca podría cambiar rápidamente, lo que podría influir en la percepción crediticia de la Pyme. En cuanto a la viabilidad y beneficios de aceptar marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano, la Abogada Gómez afirma que es una práctica viable y beneficiosa para las Pymes. La posibilidad de utilizar activos intangibles como garantía podría estimular la innovación y el crecimiento económico en el sector de las Pymes, permitiendo el acceso a financiamiento incluso si carecen de activos tangibles valiosos.

Respecto a cómo el valor y la reputación de una marca tradicional pueden influir en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme, la entrevistada expone que una marca sólida podría generar mayor confianza en los prestamistas, lo que resultaría en condiciones crediticias más favorables y tasas de interés más bajas. Además, una marca establecida podría proporcionar una ventaja competitiva. La percepción de las instituciones financieras en Ecuador sobre el uso de marcas tradicionales como garantía es considerada cada vez más positiva por la Abogada Gómez. Las instituciones reconocen el valor de las marcas sólidas y ven esta práctica como una forma innovadora de superar las limitaciones de las garantías convencionales. No obstante, persiste la preocupación por la valoración subjetiva de las marcas.

En relación a otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía, la entrevistada menciona derechos de propiedad intelectual, como patentes y derechos de autor, así como tecnología y propiedad exclusiva, ampliando así las opciones disponibles. Para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes, la Abogada Gómez sugiere estrategias como herramientas en línea para valorar marcas, talleres educativos y colaboraciones con asociaciones empresariales. Finalmente, en cuanto a regulaciones específicas o requisitos adicionales al utilizar activos intangibles distintos a las marcas tradicionales como garantía, se menciona la posible necesidad de asesoramiento legal especializado para demostrar autenticidad y propiedad de los activos, asegurando transparencia en la documentación para cumplir con los requisitos crediticios.

Con respecto a la entrevista con la Abogada Aura Oyola proporciona una perspectiva enriquecedora sobre el uso de marcas tradicionales como garantía bancaria para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el contexto del sistema financiero ecuatoriano. En respuesta a la primera pregunta sobre los beneficios que las Pymes podrían obtener al utilizar su marca tradicional como garantía bancaria en lugar de las garantías convencionales, la Abogada Oyola subraya que esta elección permite a las Pymes salvaguardar activos tangibles y demostrar solidez a través de la propiedad intelectual. Utilizar la marca como garantía otorga mayor flexibilidad financiera al evitar comprometer activos físicos.

Con respecto a los riesgos asociados al uso de una marca tradicional como garantía, la entrevistada enfatiza la apreciación subjetiva de la propiedad intelectual como un riesgo clave. La dificultad de valorar con precisión el valor económico de una marca podría generar discrepancias entre la Pyme y la entidad crediticia. Además, la posibilidad de cambios en la percepción pública de la marca podría afectar negativamente su valor y seguridad crediticia. Sobre la viabilidad y los beneficios de aceptar marcas y patentes como garantía en el sistema financiero ecuatoriano, la Abogada Oyola sostiene que es una práctica factible y beneficiosa para las Pymes. Desde el ámbito de la propiedad intelectual, esta práctica podría reconocer la importancia de los activos intangibles y facilitar el acceso a créditos al utilizar marcas y patentes como indicadores de estabilidad financiera.

La influencia del valor y la reputación de una marca tradicional en la cantidad y condiciones del crédito disponible para una Pyme es resaltada por la entrevistada. Destaca que una marca reconocida puede generar ventaja competitiva, lo que podría traducirse en condiciones crediticias más favorables. En relación a la percepción de las instituciones financieras en Ecuador sobre el uso de marcas tradicionales como garantía, la entrevistada menciona que las entidades financieras han demostrado un mayor entendimiento y valorización de la propiedad intelectual como un activo valioso. Sin embargo, persiste la preocupación por la valoración precisa de estas marcas. La entrevistada también expone que además de las marcas tradicionales, existen otros activos intangibles que las Pymes podrían utilizar como garantía, como patentes, derechos de autor y secretos comerciales, lo que amplía las opciones disponibles. En cuanto a las estrategias que podrían implementar las instituciones financieras para fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía y aumentar la confianza de las Pymes, la Abogada Oyola sugiere instrucción y concienciación sobre el valor de las marcas, incluyendo la colaboración con expertos en propiedad intelectual.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta:

“PROPUESTA DE LEY QUE REGULE LA UTILIZACIÓN DE MARCAS TRADICIONALES COMO GARANTÍA DE CRÉDITO PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO”

4.2 Periodo de ejecución:

El periodo previsto para la creación del plan es de 3 meses

4.3 Fecha de inicio:

La propuesta inicia en agosto del 2023.

4.4 Fecha de finalización:

La propuesta finaliza en noviembre del 2023.

4.5 Beneficiarios:

La propuesta de reforma legal diseñada para permitir el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano se dirigirá a una variedad de beneficiarios clave en la sociedad. En primer lugar, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) serían uno de los grupos más favorecidos por esta reforma. Al utilizar sus marcas tradicionales como garantía, las Pymes podrían acceder a una fuente alternativa de financiamiento sin tener que comprometer sus activos tangibles. Esto brindaría a las Pymes una mayor flexibilidad financiera para impulsar su crecimiento y desarrollo, sin los riesgos asociados con las garantías convencionales.

Las instituciones financieras también se beneficiarían de esta propuesta, ya que tendrían una gama más amplia de activos para considerar como garantía al evaluar la solvencia crediticia de las Pymes. La inclusión de marcas tradicionales como garantía enriquecería el proceso de evaluación crediticia y permitiría a las instituciones financieras mitigar riesgos al diversificar sus opciones de respaldo.

Además, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) vería un impacto positivo en su papel regulador y promotor de la propiedad intelectual en el país. La propuesta requeriría la participación activa del IEPI en la valoración y regulación de las marcas utilizadas como garantía, lo que reforzaría su autoridad y concienciaría sobre la importancia de proteger los activos intangibles.

En el contexto más amplio, el gobierno y la economía nacional también cosecharían beneficios de esta reforma. Al facilitar el acceso a financiamiento para las Pymes, se promovería la innovación y el crecimiento empresarial, lo que podría tener un efecto positivo en la generación de empleo y en el crecimiento económico sostenible del país.

Los consumidores y la competencia también verían impactos positivos. La promoción del crecimiento y la competitividad de las Pymes podría llevar a una mayor diversidad de productos y servicios innovadores, lo que beneficiaría directamente a los consumidores. Además, la valorización de la propiedad intelectual podría incentivar la creación y protección de marcas y productos de alta calidad en el mercado.

Finalmente, los expertos en propiedad intelectual y valuación tendrían un rol fundamental en esta reforma. La necesidad de valorar adecuadamente las marcas tradicionales utilizadas como garantía requeriría los servicios de profesionales especializados en propiedad intelectual y valuación, lo que podría impulsar el desarrollo de esta industria y aumentar la demanda de sus servicios especializados en el país.

En conjunto, la propuesta de reforma legal busca beneficiar a un espectro amplio de actores, desde las Pymes hasta las instituciones financieras, el gobierno y la economía en general, al promover el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano.

4.6 Introducción

En un entorno empresarial en constante evolución, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico y la generación de empleo en el Ecuador. Sin embargo, a menudo enfrentan desafíos significativos para acceder a financiamiento que les permita crecer y prosperar. Las garantías convencionales requeridas por las instituciones financieras, como activos tangibles, pueden limitar las oportunidades de financiamiento para estas Pymes, que a menudo carecen de propiedades o activos físicos de gran valor.

En este contexto, la propiedad intelectual emerge como un recurso valioso y subutilizado que podría revolucionar la forma en que las Pymes acceden al crédito en el sistema financiero ecuatoriano. Las marcas tradicionales, como activos intangibles, poseen un potencial considerable para respaldar las solicitudes de crédito y brindar a las Pymes una alternativa a las garantías convencionales. La capacidad de utilizar marcas tradicionales como garantía de crédito podría abrir nuevas perspectivas para el crecimiento de las Pymes, promoviendo la innovación y la competitividad en el mercado nacional.

Esta propuesta de reforma legal tiene como objetivo abordar esta oportunidad latente y promover el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito en el sistema financiero ecuatoriano. A través de la revisión y actualización de la legislación pertinente, así como la implementación de regulaciones y mecanismos de evaluación claros y transparentes, se busca crear un marco legal que facilite la inclusión de activos intangibles en el proceso crediticio.

En las siguientes secciones de esta propuesta, se analizarán los beneficios, riesgos y posibles implicaciones de esta reforma, se explorarán los actores involucrados y se presentará una serie de recomendaciones con el objetivo de fomentar el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito y potenciar el crecimiento sostenible de las Pymes ecuatorianas.

4.7 Objetivo

El propósito principal de esta propuesta de reforma legal es establecer un marco normativo integral que permita a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el Ecuador utilizar sus marcas tradicionales como garantía de crédito en el sistema financiero. El objetivo específico es promover la inclusión de activos intangibles en el proceso de otorgamiento de créditos, con el fin de facilitar el acceso a financiamiento para las Pymes, fomentar la innovación y la competitividad, y contribuir al crecimiento sostenible del sector empresarial en el país. A través de esta reforma, se busca reducir las barreras que enfrentan las Pymes al buscar financiamiento y brindarles una alternativa viable a las garantías convencionales, al tiempo que se establecen mecanismos de evaluación y valoración transparentes que aseguren la confiabilidad y la equidad en el proceso crediticio.

4.8 Finalidad de la propuesta

La finalidad de esta propuesta de reforma legal es impulsar la modernización y adaptación del sistema financiero ecuatoriano a las dinámicas actuales de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), reconociendo el valor de los activos intangibles, en particular las marcas tradicionales, como una alternativa válida de garantía para acceder a créditos. Esta iniciativa busca fortalecer la posición competitiva de las Pymes al proporcionarles una herramienta financiera flexible y eficaz que fomente su crecimiento y desarrollo. Al introducir cambios legislativos y regulatorios que permitan la aceptación de marcas tradicionales como garantía, se persigue facilitar el acceso a financiamiento y contribuir a la generación de empleo, la innovación y la prosperidad económica en el Ecuador.

4.9 Descripción de la propuesta

La presente propuesta de reforma legal se enfoca en la implementación de un marco regulatorio que permita el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el sistema financiero ecuatoriano. Se busca establecer un mecanismo que reconozca el valor intrínseco de las marcas como activos intangibles y que facilite su utilización como respaldo crediticio, promoviendo así la inclusión financiera y el crecimiento sostenible de las Pymes.

La propuesta plantea la modificación de las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes para permitir que las Pymes puedan ofrecer sus marcas tradicionales como garantía para acceder a créditos en instituciones financieras. Se establecerían lineamientos claros para la valoración y evaluación de las marcas, incluyendo la colaboración con expertos en propiedad intelectual para garantizar una tasación precisa y confiable.

Además, se contempla la creación de un proceso estandarizado para el registro y la presentación de marcas como garantía, así como la elaboración de contratos y acuerdos que regulen los términos y condiciones de esta modalidad de financiamiento. La propuesta también prevé la educación y sensibilización tanto de las Pymes como de las instituciones financieras sobre los beneficios y riesgos asociados con el uso de marcas como garantía, con el objetivo de promover una adopción exitosa y segura de esta práctica.

La propuesta de reforma legal tiene como meta principal fomentar la confianza en el sistema financiero y brindar a las Pymes una herramienta adicional para acceder a capital y recursos financieros necesarios para su crecimiento y desarrollo. Al reconocer y valorar la propiedad intelectual en forma de marcas tradicionales como garantía crediticia, se espera estimular la innovación, el emprendimiento y la competitividad en el entorno empresarial ecuatoriano.

4.10 Plan de respuesta

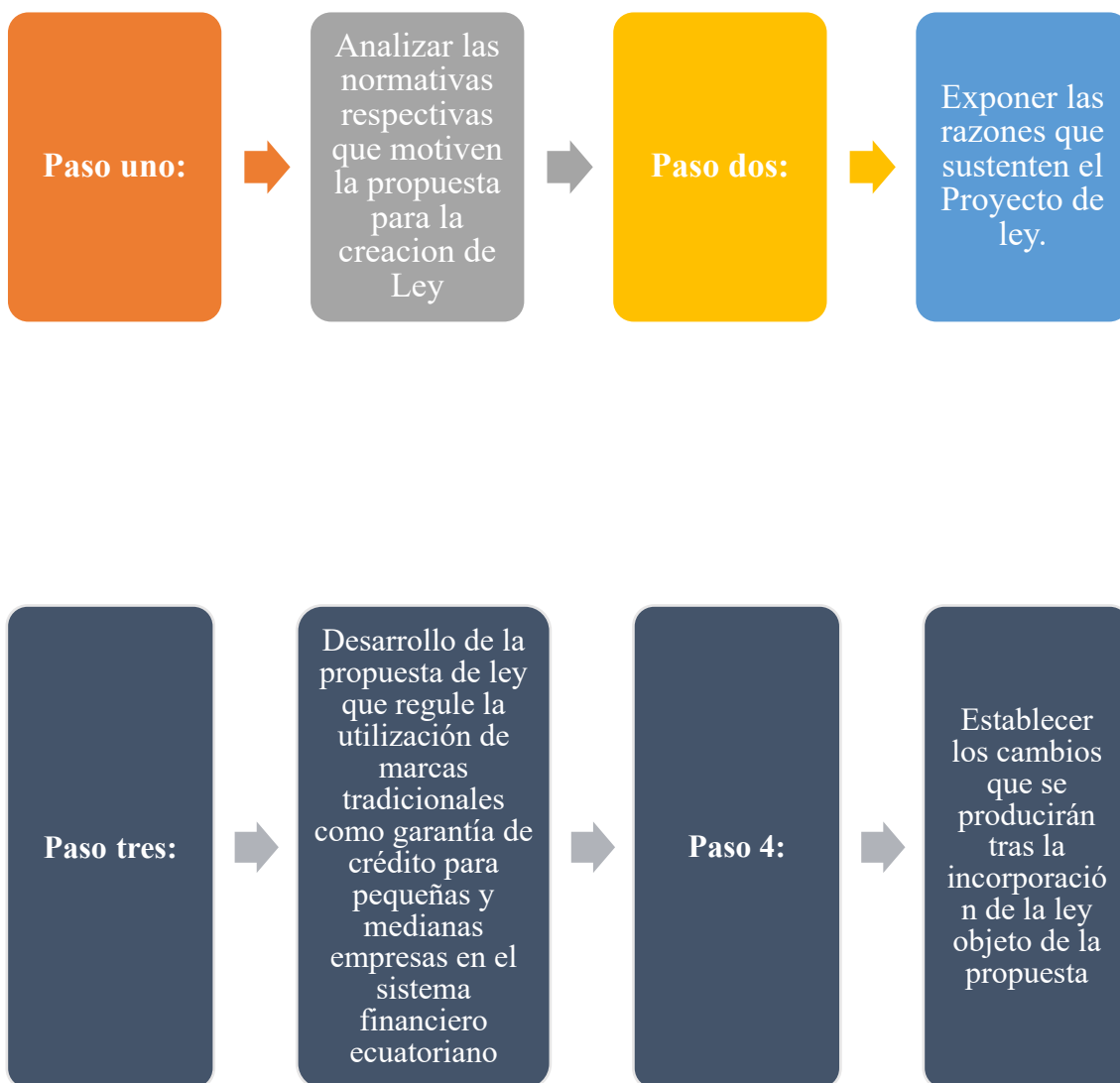
El plan de respuesta que se pretende establecer a través de la propuesta, se fundamenta principalmente en llevar a cabo la creación de una ley destinada a ser implementada en el sistema jurídico ecuatoriano:

Crear una propuesta de ley que regule la utilización de marcas tradicionales como garantía de crédito para pequeñas y medianas empresas en el sistema financiero ecuatoriano

Motivar jurídicamente el proyecto de ley

Analizar el proceso legislativo para poder incorporar el proyecto de ley a la legislación ecuatoriana

4.11 Plan de acción



4.11.1 Normativas respectivas que motiven la propuesta reformativa del proyecto de Ley

La presente investigación propone la propuesta de Ley para la creación y funcionamiento de centros de internamientos zonales para menores infractores en el Ecuador y por lo tanto, hay que hacer referencia al artículo 132 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) que contiene los siguientes procedimientos legislativos:

Art. 132.- La Asamblea Nacional es la encargada de aprobar las leyes de carácter general y de beneficio en común. Es requerido una ley cuando se presentan los siguientes casos:

1. Llevar a cabo la regulación del ejercicio de los derechos de los ciudadanos
2. Llevar a cabo la tipificación de delitos y el establecimiento de penas.
3. La asamblea tendrá competencia en cuanto a la creación, cambio y eliminación de tributos
4. Atribución de las competencias y deberes a las entidades municipales.
5. Cuestiones políticas y administrativas estatales
6. Cuando se otorga a entidades públicas la regulación para la expedición de normas de su competencia (Constitución del Ecuador, 2008)

El procedimiento legislativo incluye el conjunto de procedimientos que se siguen y las acciones que se dictan para formar una ley. Beatriz Marina Grosso y María Alejandra Svetaz (2018), distinguen varias etapas en la creación de un marco teórico de tecnología legislativa texto normativo: comprensión general del tema, investigación de antecedentes, análisis material (de la experiencia a la legislación). Por lo tanto, si se desea interponer la creación de un proyecto de ley, se debe tener en consideración los siguientes puntos:

4.11.1.1 Iniciativa para presentación de proyectos de ley (Artículo 134 de la Constitución):

- El Presidente de la República: Puede presentar el proyecto de ley sobre cualquier tema. Iniciativa exclusiva para proponer la imposición, modificación o supresión de impuestos; aumentar el gasto público y cambiar la administración estatal división política, división política.
- Asambleístas: Con el apoyo de la bancada legislativa o el 5% de integrantes de la asamblea nacional puede presentar un proyecto de ley.
- Ciudadanos: Al menos el cero coma veinticinco por ciento de las personas registradas utilizadas en el último proceso electoral, personas autorizadas a

participar, la creación, reforma o derogación de leyes se puede proponer a través de la Iniciativa Popular Estándar.

4.11.1.2 Iniciativa limitada (presentación del proyecto de ley en asuntos relacionados con determinados campos de actividad):

- Miembros de la función judicial: Corte Nacional de Justicia (Art. 180 de la Constitución), la Fiscalía del Estado y la Defensoría Pública (Art. 134. 4 CRE).
- Miembros de la función de Transparencia y control social: la institución coordinadora de actividades (Art. 206 inciso 4).
- Función electoral: Consejo Nacional Electoral (Artículo 219 numeral 5 de la Constitución: El Tribunal Contencioso-Administrativo puede preparar observaciones al CNE).
- Otros órganos: Fiscalía General del Estado, Corte Constitucional, Procuraduría general del estado. (Art. 134.4- CRE)

Para que se lleve a cabo la presente propuesta es indispensable que, de los residentes registrados en el padrón electoral, al menos el cero punto veinticinco deben de apoyar la viabilidad de la propuesta, lo que equivale, aproximadamente a tres millones ciudadanos, por dicha razón, resulta más viable que la propuesta sea presentada por un asambleísta quien lleve la propuesta a exposición en la Asamblea General.

4.11.2 Exposición de las razones que sustentan el Proyecto de ley

El presente Proyecto de Ley se fundamenta en diversas razones que buscan fortalecer el tejido empresarial ecuatoriano y promover un entorno financiero más inclusivo y favorable para las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes). A continuación, se exponen las razones que sustentan esta propuesta de reforma legal:

1. **Estímulo a la Innovación y el Crecimiento Empresarial:** El uso de marcas tradicionales como garantía de crédito fomentará la inversión en innovación y desarrollo por parte de las Pymes. Al permitirles acceder a financiamiento basado en

sus activos intangibles, se impulsará la creación y consolidación de empresas con propuestas de valor únicas y competitivas.

2. **Acceso a Financiamiento Alternativo:** Las Pymes a menudo enfrentan desafíos para acceder a créditos en el sistema financiero convencional debido a la falta de activos tangibles. Al permitir el uso de marcas como garantía, se amplía el acceso a financiamiento, brindando una opción valiosa y adaptada a la realidad de estas empresas.
3. **Diversificación de Garantías:** La propuesta busca diversificar las opciones de garantía disponibles para las Pymes. En lugar de comprometer propiedades o activos físicos, las empresas podrán utilizar sus marcas tradicionales, preservando así otros recursos valiosos para su operación y crecimiento.
4. **Reconocimiento del Valor de la Propiedad Intelectual:** Esta reforma reconoce la importancia de los activos intangibles, como las marcas tradicionales, como elementos fundamentales para el éxito empresarial. Al otorgarles un valor crediticio, se fomenta la gestión adecuada y el resguardo de estos activos.
5. **Promoción de la Competitividad:** Las Pymes con marcas sólidas y reconocibles tendrán ventajas competitivas en el mercado. Al utilizar estas marcas como garantía, podrán obtener condiciones crediticias más favorables, impulsando su crecimiento y consolidación en un entorno económico desafiante.
6. **Reducción de Barreras de Acceso a Crédito:** La propuesta busca reducir las barreras que enfrentan las Pymes al solicitar créditos, aliviando los requisitos convencionales y abriendo la puerta a una alternativa viable para acceder a financiamiento.
7. **Fomento de la Confianza en el Sistema Financiero:** La creación de un marco normativo sólido y transparente para el uso de marcas como garantía generará confianza tanto en las Pymes como en las instituciones financieras. La valoración y tasación adecuadas de las marcas contribuirán a la seguridad y solidez de las transacciones.
8. **Promoción de la Propiedad Intelectual:** Esta reforma promoverá una mayor conciencia y valorización de la propiedad intelectual en el entorno empresarial. Las Pymes estarán incentivadas a registrar y proteger sus marcas, lo que a su vez contribuirá a la consolidación de la economía basada en el conocimiento.

9. **Contribución al Desarrollo Sostenible:** Al fortalecer a las Pymes y facilitar su acceso a financiamiento, se apoya el desarrollo económico y social del país. Las Pymes desempeñan un papel fundamental en la generación de empleo y en la dinamización de la economía local.

En conjunto, estas razones sustentan la importancia y la viabilidad de la propuesta de reforma legal, la cual tiene como objetivo impulsar un entorno empresarial más dinámico, inclusivo y competitivo en el Ecuador.

4.11.3 Desarrollo de la propuesta

PROYECTO DE CREACIÓN DE LEY

QUE, el art. 1 de la Constitución de la República del Ecuador señala: "El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada."

QUE, el numeral 3 del artículo 11 de la de la Constitución de la República del Ecuador, dispone "El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios: Los derechos y garantías establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos serán de directa e inmediata aplicación por y ante cualquier servidora o servidor público, administrativo o judicial, de oficio o a petición de parte."

QUE, el artículo 197 de la Ley de propiedad intelectual determina que, Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica. También podrán registrarse como marca los lemas comerciales, siempre que no contengan alusiones a productos o marcas similares o expresiones que puedan perjudicar a dichos productos o marcas.

Que, el artículo 1 de la Ley Orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario, señala que, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos,

basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Que, el artículo 10 de la Ley de Apoyo Humanitario, determina una sección de créditos productivos para la reactivación económica y protección del empleo en el sector privado, con la finalidad de evitar la ruptura de la cadena de pagos, reactivar la economía y proteger el empleo, las entidades del sistema financiero nacional, ofrecerán líneas de crédito al sector productivo, de rápido desembolso que incluirán condiciones especiales, tales como: periodos de gracia, plazos de pago y tasas de interés preferenciales.

RESOLUCIONES En ejercicio de las atribuciones que le confieren el numeral 6 del artículo 120 de la Constitución de la República y el numeral 6 del artículo 9 de la Ley Orgánica de la Función Legislativa,

**RESUELVE LEY QUE REGULE LA UTILIZACIÓN DE MARCAS
TRADICIONALES COMO GARANTÍA DE CRÉDITO PARA PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS EN EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO”**

Artículo 1: Definición y Reconocimiento de Marcas Tradicionales:

Se reconoce a las marcas tradicionales como activos intangibles válidos para ser utilizados como garantía en el sistema financiero ecuatoriano. Una marca tradicional se define como un signo distintivo registrado ante la entidad competente y que haya sido utilizada en el mercado por un periodo mínimo de cinco años.

Artículo 2: Valoración de Marcas Tradicionales:

Se establecerá un procedimiento estandarizado para la valoración de marcas tradicionales que se utilizarán como garantía de crédito. Dicho procedimiento será desarrollado por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) en colaboración con expertos en valoración de activos intangibles. La valoración se basará en criterios objetivos y transparentes, considerando factores como el reconocimiento en el mercado, la duración de la marca y su impacto en la actividad empresarial.

Artículo 3: Registro de Garantías y Transparencia:

Toda Pyme que desee utilizar su marca tradicional como garantía de crédito deberá inscribir la garantía en un registro público administrado por el IEPI. Este registro permitirá a las instituciones financieras verificar la autenticidad y valor de la garantía. Se establecerán mecanismos de acceso a la información para las partes involucradas y se garantizará la confidencialidad de los datos sensibles.

Artículo 4: Protección y Salvaguardias:

Las Pymes que utilicen sus marcas tradicionales como garantía estarán protegidas contra usos indebidos o desautorizados de sus marcas por parte de las instituciones financieras. Se establecerán sanciones y procedimientos de resolución de conflictos en caso de incumplimiento por parte de las entidades crediticias.

Artículo 5: Educación y Promoción:

El Estado ecuatoriano, en colaboración con asociaciones empresariales y entidades financieras, promoverá la educación y concienciación sobre el uso de marcas tradicionales como garantía de crédito. Se ofrecerán programas de capacitación para Pymes y entidades financieras sobre los beneficios y riesgos asociados.

Artículo 6: Evaluación y Monitoreo:

El IEPI llevará a cabo evaluaciones periódicas para determinar la efectividad y el impacto de esta reforma legal. Se realizarán ajustes en los procedimientos y regulaciones según sea necesario para garantizar el funcionamiento adecuado del sistema.

Conclusión:

Esta propuesta de reforma legal tiene como finalidad fomentar la inclusión financiera y apoyar el crecimiento de las Pymes en el Ecuador al permitirles utilizar sus marcas tradicionales como garantía de crédito. Mediante la creación de un marco normativo transparente y seguro, se busca mitigar los riesgos inherentes a la propiedad intelectual y fortalecer la confianza en las transacciones crediticias.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

Encárguese del cumplimiento de la presente ley al Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos, al mismo que se le responsabiliza para que en el plazo de 90 días elabore el reglamento correspondiente.

Dado en la ciudad de Quito a los 8 días del mes de agosto del año 2023

4.11.4 Establecimiento de los cambios que traería la ejecución del proyecto de ley

La creación de una ley que regule la utilización de marcas tradicionales como garantía de crédito para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el sistema financiero ecuatoriano conllevaría una serie de cambios significativos en el entorno económico y empresarial del país. Estos cambios estarían dirigidos a promover un acceso más inclusivo al financiamiento para las Pymes y a estimular la protección y valorización de la propiedad intelectual. A continuación, se detallan los principales cambios que podrían surgir de la implementación de esta ley:

1. **Ampliación del Acceso al Crédito:** Uno de los cambios más destacados sería la ampliación del acceso al crédito para las Pymes. Al permitir que las marcas tradicionales sean utilizadas como garantía, las empresas podrían obtener financiamiento sin la necesidad de comprometer activos tangibles, lo que facilitaría el acceso a recursos para inversiones, expansión y desarrollo empresarial.
2. **Fomento de la Propiedad Intelectual:** La creación de esta ley estimularía la valorización de la propiedad intelectual, especialmente de las marcas tradicionales. Las Pymes tendrían un incentivo más fuerte para desarrollar y proteger sus marcas, lo que a su vez podría impulsar la innovación y la creatividad en los negocios.
3. **Estímulo a la Competitividad:** La posibilidad de utilizar marcas como garantía podría aumentar la competitividad en el mercado. Las Pymes que han construido marcas sólidas y reconocibles podrían aprovechar este activo intangible para destacarse ante los prestamistas y ganar una ventaja competitiva en términos de acceso al crédito.

4. Cambio en la Evaluación de Riesgos: Las instituciones financieras tendrían que ajustar sus procesos de evaluación de riesgos para incluir la valoración de marcas tradicionales. Esto podría llevar a un enfoque más integral en la evaluación crediticia, considerando tanto los activos tangibles como los intangibles.
5. Desarrollo de Estándares de Valoración: La creación de la ley podría incentivar la creación de estándares claros para la valoración de marcas. Esto garantizaría una evaluación más objetiva y precisa de la propiedad intelectual, reduciendo la incertidumbre para las Pymes y las instituciones financieras.
6. Educación y Capacitación: La implementación de la ley requeriría educación y capacitación tanto para las Pymes como para las instituciones financieras. Esto podría resultar en un aumento del conocimiento sobre la importancia de las marcas como activos valiosos y cómo evaluar su potencial como garantía.
7. Cambio en la Cultura Empresarial: Con el tiempo, la ley podría contribuir a un cambio en la cultura empresarial, donde las Pymes consideren más activamente la propiedad intelectual y las marcas como componentes valiosos de sus activos. Esto podría influir en estrategias a largo plazo y en la inversión en el fortalecimiento de las marcas.
8. Desarrollo de Servicios Financieros Especializados: La introducción de garantías basadas en marcas podría dar lugar al desarrollo de servicios financieros especializados que se centren en la valoración y gestión de activos intangibles. Esto podría crear nuevas oportunidades de negocio en el sector financiero.

En conjunto, la creación de esta ley tendría un impacto transformador en el ecosistema empresarial y financiero de Ecuador, al promover la inclusión financiera, la innovación y el respeto por la propiedad intelectual en el ámbito de las Pymes.

CONCLUSIONES

Se concluye que se alcanzó el objetivo general, puesto a que, se ha logrado un avance significativo en la comprensión y regulación de la utilización de marcas tradicionales como garantía en el sistema financiero ecuatoriano. La culminación de este análisis ha brindado resultados alentadores que respaldan la viabilidad de esta práctica, beneficiando tanto a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) como a las PYMES, que constituyen un pilar fundamental de nuestra economía representando el 99.5% de las empresas a nivel nacional.

Por otro lado, se concluye que, el primer objetivo específico se ha alcanzado exitosamente al identificar la normativa pertinente para el adecuado registro y valoración de una marca tradicional. La creación de directrices claras en este aspecto ha fortalecido la seguridad jurídica en el proceso y ha brindado a las empresas la confianza necesaria para explorar esta nueva vía de financiamiento.

En cuanto al segundo objetivo, se ha realizado un análisis exhaustivo de los riesgos asociados a la utilización de marcas tradicionales como garantía en el sistema financiero. Este conocimiento profundo ha permitido implementar salvaguardias y estrategias preventivas, minimizando los posibles inconvenientes y contribuyendo a la toma de decisiones informadas por parte de las empresas y las instituciones financieras.

Por último, el tercer objetivo específico también ha sido cumplido con éxito al identificar soluciones concretas para abordar la inseguridad jurídica en torno a los activos intangibles utilizados como garantía. La creación de un marco regulatorio coherente y transparente ha brindado claridad y certidumbre a todas las partes involucradas, promoviendo un entorno propicio para la inversión y el desarrollo empresarial. En conjunto, la consecución de estos objetivos ha sentado las bases para una transformación positiva en el sistema financiero ecuatoriano.

La utilización de marcas tradicionales como garantía no solo ha demostrado ser viable, sino también beneficiosa para las MIPYMES y PYMES, impulsando su crecimiento y fortaleciendo la economía nacional en su conjunto. Esta iniciativa refleja un paso adelante hacia la modernización y adaptación de nuestras prácticas financieras a las demandas cambiantes del entorno empresarial, contribuyendo al progreso sostenible de Ecuador.

La viabilidad de aceptar marcas y patentes como garantía se revela como una práctica factible y beneficiosa para las Pymes, siempre que se establezcan regulaciones claras y mecanismos de evaluación confiables. El impacto positivo del valor y la reputación de una marca en las condiciones de crédito disponibles se reconoce como una ventaja competitiva y generadora de confianza en los prestamistas.

En cuanto a la percepción de las instituciones financieras, se observa un aumento en la valorización de la propiedad intelectual como activo valioso, aunque persisten preocupaciones sobre la valoración precisa de las marcas. Se enfatiza la necesidad de un marco regulatorio sólido para garantizar la adecuada valoración y gestión de activos intangibles como garantía.

Se resalta la posibilidad de incorporar la propiedad intelectual en el ámbito de las prendas, lo que podría liberar recursos valiosos al evitar comprometer activos tangibles como garantía. La comprensión de los riesgos asociados al uso de marcas como garantía, como la volatilidad del valor de la marca y la necesidad de estándares claros de valoración, se destaca como esencial para implementar salvaguardias y estrategias preventivas.

En última instancia, se destaca la importancia de fomentar el uso de marcas como garantía a través de estrategias como la capacitación, la creación de guías claras y la colaboración con expertos en propiedad intelectual. Estas conclusiones resaltan la necesidad de equilibrar la innovación financiera con la seguridad jurídica y la transparencia para impulsar el crecimiento sostenible de las Pymes en el sistema financiero ecuatoriano.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda establecer mecanismos de valoración estandarizados y transparentes para evaluar el valor de las marcas tradicionales como garantía. La creación de criterios y métodos de valoración claros ayudaría a evitar discrepancias entre las Pymes y las instituciones financieras en la determinación del valor real de la marca. Estos mecanismos podrían ser desarrollados en colaboración con expertos en propiedad intelectual y reguladores, garantizando así una valoración justa y precisa.
- Es fundamental implementar programas de capacitación y concientización dirigidos tanto a las Pymes como a las instituciones financieras sobre el uso adecuado de marcas tradicionales como garantía. Estos programas podrían brindar orientación sobre cómo evaluar y valorar las marcas, así como educar sobre los beneficios y riesgos asociados a esta práctica. La colaboración con asociaciones empresariales, expertos en propiedad intelectual y entidades reguladoras podría ser una forma efectiva de implementar estas iniciativas.
- Se recomienda considerar la creación de un registro especializado donde las Pymes puedan registrar sus marcas y patentes para ser utilizadas como garantía. Este registro proporcionaría una base de datos confiable y accesible para las instituciones financieras, facilitando la verificación de la titularidad y valor de las marcas. Además, este registro podría incluir directrices claras sobre la valoración y evaluación de activos intangibles, brindando seguridad jurídica tanto a las Pymes como a los prestamistas.
- Estas recomendaciones contribuirían a la implementación exitosa de la propuesta de ley, promoviendo la seguridad jurídica, la transparencia y el acceso a financiamiento para las Pymes en el sistema financiero ecuatoriano.

BIBLIOGRAFIA

- Activo Legal. (2016). Los derechos de propiedad industrial pueden utilizarse como garantías mobiliarias. Activo Legal.
<http://www.activolegal.com/web/index.php/noticias/actualidad/1515-garantias-mobiliarias-propiedad-industrial-registro-especial>
- Almuna, T. (2009). Ley modelo sobre garantías mobiliarias de la OEA: una propuesta para facilitar el acceso al crédito a la pequeña y mediana empresa y la armonización jurídica de América. [Tesis de grado, Universidad de Chile]. Repositorio Académico de la Universidad de Chile. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106906/de-almuna_t.pdf?sequen ce=3&isAllowed=y
- Arosemena, F. (2020). Derecho de autor para autores y empresarios. Arosemena Burbano & Asociados.
- Bilbao, M. (2020). Garantías “tangibles” sobre activos intangibles. [Tesis de grado, Universidad Pontificia Comillas de Madrid]. Repositorio Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/38422/TFG-BilbaoAl dama%2cMaria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blanco, M., Obando, M., Pulido, L. (2015). Los derechos patrimoniales derivados de las marcas considerados como garantías mobiliarias. [Tesis de especialización, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Pontificia Universidad Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/38974/Myriam%20Blanco%2C%20Mar%C3%ADa%20Obando%2C%20Lina%20Pulido.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Castro, L. (2021). Marcas y patentes como garantías a la inversión extranjera en Cuba. *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*, 14, 127-149.
<https://doi.org/10.26422/RIPI.2021.1400.cas>
- Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. (2016).
https://uncitral.un.org/es/texts/securityinterests/modellaw/secured_transactions#:~:text=La%20Ley%20Modelo%20de%20la,intermediados%20y%20derechos%20de%20propiedad
- Departamento Propiedad Intelectual - BDO Legal. (2022). La propiedad intelectual como garantía mobiliaria. <https://www.bdo.cr/es-cr/publicaciones/la-propiedad-intelectual-como-garantia-mobiliaria>
- Giraldo, J. (2017). Garantías mobiliarias y su procedimiento de ejecución especial. *Legis Ámbito Jurídico*. <https://www.ambitojuridico.com/noticias/general/mercantil-propiedad-intelectual-y-arbitraje/garantias-mobiliarias-y-su>
- González, C. (2022). Garantías reales sobre activos de propiedad industrial e intelectual: una aproximación a la hipoteca mobiliaria sobre bienes inmateriales. [Tesis de grado, Universidad Pontificia Comillas de Madrid]. Repositorio Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/59723/TFG%20Gonzalez%20Navarro%2C%20Claudia.pdf?sequence=1>
- González, J. (2019). Financiación a través de propiedad intelectual en Colombia: un análisis jurídico de su viabilidad. [Tesis de grado, Universidad de Los Andes] Repositorio Universidad de Los Andes.
<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/44210/u827910.pdf?sequence=1>

Ley Modelo Interamericana sobre Garantías Mobiliarias. (s.f.).

<https://www.oas.org/dil/esp/cidip-vi-garantiasmobiliarias.htm>

Miranda, G. (2014). El uso de la propiedad intelectual como garantía crediticia. El Financiero.

<https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/legales-el-uso-de-la-propiedadintelectual-como-garantia-crediticia/3CM5676KARCBNGM72SG3UKRZNI/story/>

Morales, A. (2017). Textos internacionales sobre garantías mobiliaria: reflexión y análisis.

Boletín Oficial del Estado.
https://www.boe.es/biblioteca_juridica/abrir_pdf.php?id=PUB-PR-2017-43

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (septiembre 2018). Introducción a la financiación basada en la propiedad intelectual.

https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2008/05/article_0001.html

Prasastinah, T. (2020). Mitigaciones riesgo de ley de derechos de marca como garantía de banco de crédito. *Advocatus*, 34, 13-23. <https://doi.org/10.18041/0124-0102/a.34.6585>

Restrepo, L. (2022). Eficacia de la marca como garantía mobiliaria. [Tesis de maestría,

Universidad Libre]. Repositorio de la Universidad Libre.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/22160/EFICACIA%20DE%20LA%20MARCA%20COMO%20GARANT%c3%8dA%20MOBILIARIA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Superintendencia de industria y comercio. (s.f.). [https://www.sic.gov.co/ruta-pi/abril18/puede-](https://www.sic.gov.co/ruta-pi/abril18/puede-constituirse-mas-de-una-garantia-mobiliaria-sobre-un-derecho-de-Propiedad-Industrial)

[constituirse-mas-de-una-garantia-mobiliaria-sobre-un-derecho-de-Propiedad-Industrial](https://www.sic.gov.co/ruta-pi/abril18/puede-constituirse-mas-de-una-garantia-mobiliaria-sobre-un-derecho-de-Propiedad-Industrial)

Vargas, L. (2015). Los bienes de la propiedad intelectual como garantía mobiliaria. [Tesis de

grado, Universidad Autónoma Latinoamericana] Repositorio de la Universidad Autónoma Latinoamericana.

[http://repository.unaula.edu.co:8080/bitstream/123456789/718/1/unaula_rep_pre_d
er_2015_bienes_propiedad.pdf](http://repository.unaula.edu.co:8080/bitstream/123456789/718/1/unaula_rep_pre_d
er_2015_bienes_propiedad.pdf)

Veiga, A. (2021). Eficiencia y función de la garantía [Tesis de grado, Universidad Pontificia Comillas de Madrid]. Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/59954/EFICIENCIA%20%20DE%20LA%20GARANTIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>