



23 Julio, 2017

patentes

Asegurar la diferencia empresarial

GETTY IMAGES



La propiedad industrial es el arma para garantizar el crecimiento de las sociedades innovadoras, sea cual sea su tamaño

Susana Blázquez

El comercio mundial de falsificaciones y copias piratas superó los 380.000 millones de euros en 2016, según las últimas cifras de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). La situación no solo escamotea ingresos al fisco. La Oficina para la Propiedad Intelectual de la Unión Europea indica que el comercio de productos falsificados destruyó más de 67.000 puestos de trabajo directos y supuso unas pérdidas superiores a 7.000 millones de euros en España durante el pasado año.

Para defenderse, las empresas deben proteger sus patentes, modelos de utilidad (una variedad de patente), diseños industriales, marcas y nombres comerciales. "Estos son los activos intangibles de una compañía, y deben estar registrados en las oficinas públicas de cada Estado donde ejerza su actividad. Es la única forma de que la empresa pueda hacer valer su propiedad", asegura Mónica Castilla, jefe de área de Relación con la Empresa en la OEPM, dependiente del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.

No solo eso, la propiedad industrial se ha convertido en una de las

principales armas competitivas de las organizaciones para crecer y exportar. "Hace unos años, la propiedad industrial suponía, de media, el 20% del valor de una empresa, y hoy es el 84%. Las compañías que informan a sus clientes sobre sus patentes, modelos de utilidad o diseño, están diciendo que son innovadoras, y que invierten en I+D+i", asegura Patricia Ramos, directora de patentes de Pons IP.

"Tener los desarrollos protegidos es un escudo contra las copias y aumenta mi solvencia ante los clientes. Desarrollamos soluciones y herrajes para la construcción y cerramientos de aluminio. Muestro los registros de las patentes o de los modelos de utilidad a mis clientes (empresas instaladoras) para informarlas de que con ellos pueden diferenciarse de sus competidores", explica Juan Carlos Fernández Padrón, director general de Stac, una multinacional en continuo crecimiento porque "hemos apostado por la innovación para competir y hemos protegido los desarrollos. Eso nos ha ayudado a crecer hasta convertirnos en una gran empresa en 15 años (nacimos en 2002)", añade.

Mercados estratégicos

Stac vende sus productos en 50 países, pero no los registra en todos. "Solo patentamos en los mercados que son estratégicos, porque es caro hacerlo. No merece la pena pagar si vas a vender solo un par de veces en un país", asegura Fernández Padrón. El precio de cada registro va de menos de 100 a casi 3.000 euros por país, incluyendo la asesoría para hacerlo.

Inscribir la propiedad industrial es complejo. "Cada innovación tecnoló-

gica precisa un registro. Un simple aspirador puede tener hasta 20 patentes, y el registro de cada una debe ir acompañado de varios documentos, escritos de forma muy precisa y exigente. En casos complejos, aconsejo ir a una asesoría de propiedad industrial", asegura Mónica Castilla.

Atajos burocráticos

Hay atajos, la Oficina para la Propiedad Intelectual de la Unión Europea registra los diseños y las marcas en la UE, la Oficina Europea de Patentes registra las patentes para el continente y la vía internacional de toda la propiedad industrial es la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, que abarca de 50 a 140 países, según el tipo de registro. "Estas oficinas facilitan el camino porque realizan los trámites de los registros en cada Estado, pero las empresas deben pagar el registro en cada uno de ellos", advierte Castilla.

La Oficina Española de Patentes y Marcas inscribió casi 67.000 modalidades de propiedad industrial en 2016, el 78% de ellas eran marcas nacionales, otros 7.388 eran nombres comerciales y el resto estaba repartido entre patentes, modelos de utilidad y diseños industriales. Los números no corresponden al peso económico español.

Pero "solo el 9% de las pymes europeas registran su propiedad industrial. Y la tasa es menor en España", puntualiza Ramos.

"La Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (DGIPYME) del Ministerio de Economía, la OEPM y la Cámara de España han creado Cevipyme, el programa de apoyo a la pyme en gestión de propiedad industrial para cualquier de los trámites que necesite relativos a la propiedad industrial",

describe Francisco José Moreno, jefe de área de la Subdirección General de Apoyo a la Pyme de DGIPYME. Además, la Oficina Española de Patentes y Marcas devuelve hasta el 80% de las tasas pagadas por las empresas, gracias a su programa de subvenciones para patentes, dotado para este año con cuatro millones de euros.

"El derecho de propiedad industrial es la herramienta para hacer frente a cualquier copia; abre la puerta a inversores, sobre todo a la inversión extranjera y es imprescindible para franquiciar sin que te copien la actividad o el nombre. Un servicio por Internet debe registrar la marca, el diseño y la forma de presentar la información de la aplicación (app)", resume Mónica Castilla. Registrar las patentes y los modelos de utilidad deja al descubierto la información de ambos. La alternativa es el secreto industrial, la UE ha publicado la directiva que lo regula en 2016 y que trasladarán los estados miembros.

¿De qué hablamos?

► **Inventiones.** La legislación establece que las patentes y los modelos de utilidad son invenciones que tienen aplicación industrial y suponen una evolución sobre lo conocido en todo el mundo. Los modelos de utilidad deben ser objetos (instrumentos, herramientas, aparatos y dispositivos) cuya configuración, estructura o constitución determine una ventaja apreciable para su uso o fabricación, como un abre-latas o un juguete. La patente pasa a ser de dominio público a los 20 años y el modelo de utilidad a los diez años.

► **Protección.** El diseño industrial protege la forma bidimensional o tridimensional de los objetos comercializados por una empresa. Tous o Desigual, por ejemplo, protegen así sus productos.

► **Signos de distinción.** Las marcas y nombres comerciales son signos exclusivos que diferencian a las empresas de sus competidores. Es un derecho indefinido y su titular puede impedir a otros el uso de signos idénticos o similares.

Antes las marcas eran el 20% del valor de una compañía, hoy representan el 84%, según fuentes del Ministerio de Industria

Los registros son caros, pero la Oficina de Patentes subvenciona a las empresas hasta con el 80% de las tasas