

Cómo proteger la PI de tu producto o servicio

Es importante proteger la Propiedad Intelectual de tu producto o servicio para asegurar que tus ideas y creaciones no sean utilizadas o copiadas por otros sin tu permiso.

Introducción

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la propiedad intelectual (PI) se refiere a las creaciones de la mente, como invenciones; obras literarias y artísticas; diseños; y símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. La PI está protegida por la ley, otorgando a las personas la oportunidad de beneficiarse financieramente o ganar reconocimiento por lo que inventan o crean. El objetivo del sistema de PI es respaldar un entorno donde la creatividad y la innovación puedan desarrollarse equilibrando los intereses de los innovadores y el interés del público en general [1].

Una estrategia de PI bien desarrollada puede ser útil para tu empresa. Puede ayudar a maximizar el potencial de tu negocio. Al comprender y aplicar los derechos de PI, puedes [2]:

- asegurar ventajas competitivas
- generar flujos de ingresos
- reducir la responsabilidad fiscal
- servir como fuente de inteligencia competitiva
- facilitar el acceso a financiamiento
- atraer socios e inversores
- prevenir y mitigar riesgos relevantes

Los derechos de PI pueden desempeñar un papel importante en la protección de nuevas tecnologías. En esta unidad de conocimiento, encontrarás algunos de los problemas prácticos que los innovadores deben considerar al construir un portafolio de patentes.

Descripción

La PI a menudo se divide en dos categorías principales [3]:

1. Propiedad industrial
 - marcas comerciales, patentes de invención, diseños industriales e indicaciones geográficas.
2. Derechos de autor y derechos relacionados
 - obras literarias, artísticas y científicas, incluyendo actuaciones y emisiones.

Marcas Comerciales

Las marcas comerciales se pueden usar para proteger el nombre, el logotipo o el lema asociado con tu producto o servicio. Esto puede evitar que otros utilicen nombres, logotipos o lemas similares para promocionar sus propios productos o servicios.

Una marca comercial es un signo o un símbolo único que diferencia los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas. La marca comercial puede consistir en palabras o en una combinación de palabras, letras y números, pero también puede estar compuesta [4]. A través de la marca comercial, la empresa puede atraer y retener clientes, crear valor y crecimiento. La marca comercial es un indicador del origen empresarial y también puede denominarse 'marca' [5].

En la UE, una marca comercial puede ser cualquier signo, especialmente palabras o diseños con letras, colores, números, la forma de los bienes, el embalaje de los bienes o sonidos, mientras que los tipos más comunes de marcas comerciales son las marcas verbales y las marcas figurativas [6].

Una marca verbal está compuesta por palabras, letras o números u otros caracteres tipográficos estándar, o una combinación de estos elementos.

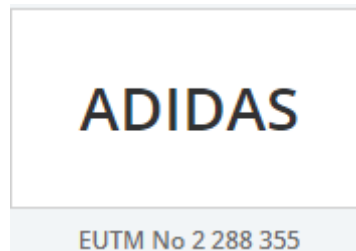


Fig. 1 Ejemplo de la marca verbal [6]

Una marca figurativa puede incluir marcas que consisten exclusivamente en elementos figurativos o en una combinación de elementos verbales y figurativos, mientras se utilizan caracteres no estándar, estilización o diseño, o una característica gráfica o un color.



Fig. 2 Ejemplo de la marca figurativa [6]

Según los requisitos de tu empresa, existen tres tipos de marcas comerciales que puedes registrar [6]:

1. Marcas individuales: diferencian los bienes y servicios de un negocio específico de los de otros.
2. Marcas de certificación: aseguran que los bienes y servicios ofrecidos cumplen con estándares o características específicas establecidas por el propietario de la marca; diferencian los bienes y servicios certificados de los que no están certificados.

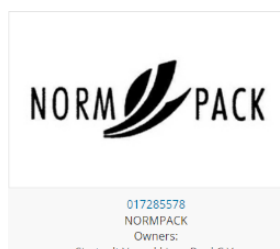


Fig. 3 Ejemplo de la marca de certificación [7]

3. Marcas colectivas - diferencian los bienes y servicios de una asociación de las compañías de bienes y servicios que no son miembros de dicha asociación.



Fig. 4 Ejemplo de la marca colectiva [7]

Proceso de Registro de Marcas Comerciales

Generalmente, las marcas comerciales se protegen en función de su registro, pero como las marcas comerciales son derechos territoriales, solo están protegidas en los países o regiones donde se registran. La marca comercial generalmente se puede registrar mediante una solicitud presentada (y pagada) en una oficina de marcas comerciales nacional o regional. El proceso de registro de una marca comercial y sus pasos varían de un país a otro, pero generalmente siguen un patrón similar [8]:

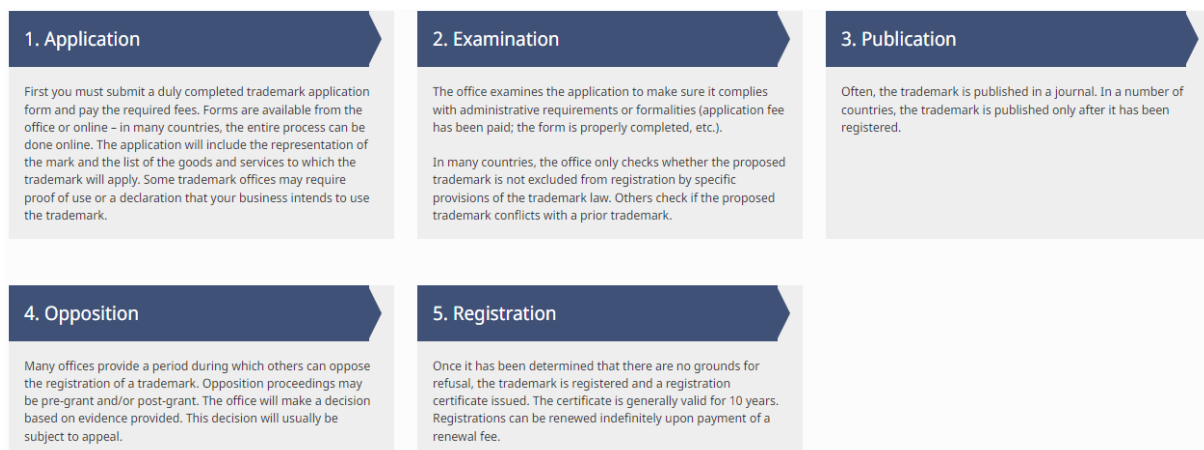


Fig. 5 Ejemplo del proceso de registro de una marca comercial [8]

Para el registro internacional de marcas comerciales, el [sistema de Madrid](#) ofrece un procedimiento unificado para registrar una marca en varios territorios.

En la UE, existen dos formas principales de registrar una marca comercial [5]:

1. Registro a nivel nacional en las oficinas de propiedad industrial de los países de la UE.
2. Registro a nivel de la UE como 'Marca de la Unión Europea' (EUTM) en la [Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea \(EUIPO\)](#).

Patentes

Una patente es un derecho exclusivo otorgado por una invención (producto o proceso) que introduce un nuevo enfoque para hacer algo o proporcionar una solución técnica innovadora a un problema. Se utiliza para proteger las características o funciones únicas de tu producto o servicio con el objetivo de evitar que otros copien el diseño o la funcionalidad de tu producto o

servicio. La solicitud de patente debe incluir información técnica sobre la invención al presentar una solicitud de patente. En general, la patente otorga al propietario de la patente los derechos exclusivos sobre ella. El propietario de la patente puede evitar o detener el uso comercial de la invención patentada, ya que la invención no puede ser fabricada, utilizada, distribuida, importada o vendida por otros sin el permiso del propietario de la patente. Las patentes son derechos limitados a territorios específicos, lo que significa que sus derechos exclusivos se aplican solo en el país o región donde se ha presentado y aprobado la patente, siguiendo las leyes de ese país o región específica [9].

Proceso de Registro de Patentes

Si necesitas proteger las invenciones técnicas en un país europeo, puedes registrar una patente nacional en la oficina de patentes local. También puedes garantizar la protección en toda Europa para tu invención registrando una patente europea en la [Oficina Europea de Patentes \(EPO\)](#). Para este tipo de patente, es necesario [validarla en la oficina de patentes nacional](#) de cada país donde se requiere protección [10].

Al registrar la patente, obtienes un derecho exclusivo sobre tu invención por un período limitado de tiempo, generalmente 20 años. Tienes la opción de otorgar permisos temporales a otra persona para usar tu invención a través de un acuerdo de licencia de patente o vender la patente a otra persona. Sin embargo, una vez que una patente ha caducado, no es posible renovarla [10].

Los criterios para otorgar patentes y los requisitos para presentar solicitudes de patente varían de un país a otro. El siguiente enlace proporciona información sobre las pautas y manuales de las oficinas de patentes nacionales o regionales <https://www.wipo.int/patents/en/guidelines.html> disponibles en varios idiomas.

Hallazgo interesante

Según el estudio "[Patents for tomorrow's plastics: Global innovation trends in recycling, circular design and alternative sources](#)" de la EPO, Europa y los Estados Unidos representaron cada uno el 30% de la actividad de patentamiento en todo el mundo en estos sectores entre 2010 y 2019, o el 60% combinado. Dentro de Europa, Alemania lideró la actividad de patentes tanto en reciclaje de plástico como en tecnologías de bioplástico (el 8% del total global), mientras que Francia, el Reino Unido, Italia, los Países Bajos y Bélgica se destacan por su mayor especialización en estos campos [11].

Derechos de Autor (Copyright)

Los derechos de autor se pueden utilizar para proteger los elementos creativos de tu producto o servicio, como el texto, las imágenes o los videos utilizados en materiales de marketing. Esto puede evitar que otros utilicen tus elementos creativos sin tu permiso.

El término legal "derechos de autor" (también se puede denominar como "derechos de autor") indica los derechos otorgados a los creadores sobre sus obras literarias y artísticas, desde libros, música, pinturas, esculturas y películas, hasta programas de computadora, bases de datos, anuncios, mapas y dibujos técnicos [12].

Los derechos de autor cubren la expresión creativa de ideas en muchas formas diferentes, por ejemplo, texto, imágenes, obras de sonido, obras de referencia y colecciones de datos. Sin embargo, los derechos de autor no se aplican a las ideas en sí, a los métodos de funcionamiento, a los procedimientos o a los conceptos matemáticos. [13].

Las tecnologías digitales han causado un gran cambio en la producción, distribución y acceso de contenido creativo. Los derechos de autor aseguran el reconocimiento, el pago y la protección de los autores por sus obras [14].

Los derechos de autor incluyen dos tipos de derechos [12]:

1. Derechos económicos, que permiten a los titulares de los derechos obtener una remuneración financiera por el uso de sus obras por parte de otros.
2. Derechos morales que protegen los intereses no económicos del propietario de los derechos.

En la mayoría de los países, y de acuerdo con el Convenio de Berna, un autor adquiere automáticamente la protección de derechos de autor sin necesidad de registro o formalidades adicionales [12].

Los derechos de autor protegen la propiedad intelectual en la UE hasta 70 años después de la muerte del autor o 70 años después de la muerte del último autor sobreviviente en el caso de una obra de autoría conjunta. Fuera de los países de la UE, en cualquier país que haya firmado el Convenio de Berna, la duración de la protección de los derechos de autor puede variar, pero dura al menos hasta 50 años después de la muerte del autor [15].

Secretos Comerciales

Los secretos comerciales se pueden utilizar para proteger la información confidencial relacionada con tu producto o servicio, como procesos de fabricación o estrategias comerciales. Esto puede evitar que otros conozcan tu información confidencial y la utilicen para obtener ventajas.

Los secretos comerciales se refieren a información confidencial en el contexto de un negocio o comercio que se puede vender o licenciar. La información clasificada como secreto comercial debe cumplir con los siguientes criterios [16]:

- ser comercialmente valiosa porque es secreta,
- ser conocida solo por un grupo limitado de personas,
- estar sujeta a medidas razonables tomadas por el titular legítimo de la información para mantenerla en secreto, incluido el uso de acuerdos de confidencialidad para socios comerciales y empleados.

Tipos de Secretos Comerciales

Los secretos comerciales se refieren a [16]:

- información técnica, como información sobre procesos de fabricación.
- información comercial, como métodos de distribución, lista de proveedores y clientes, y estrategias publicitarias.
- combinación de elementos, cada uno de los cuales, por separado, está en el dominio público, pero cuando se combinan y se mantienen en secreto, proporcionan una ventaja competitiva.
- información financiera, fórmulas o códigos fuente.

No existe una duración limitada para un secreto comercial. Un secreto comercial estará protegido y se podrá hacer valer mientras se mantenga adecuadamente en confidencia. Sin embargo, los métodos para hacer valer los secretos comerciales pueden variar según el sistema legal [17].

Diseño Industrial

Desde una perspectiva legal, un diseño industrial representa el aspecto ornamental de un producto. Un diseño industrial puede estar compuesto por elementos tridimensionales, como la forma del producto, o por elementos bidimensionales, como patrones, colores o líneas.

En la mayoría de los países, para recibir protección bajo la ley de diseño industrial como un "diseño registrado", un diseño industrial necesita ser registrado. En algunos países, los diseños industriales están protegidos bajo la ley de patentes como "patentes de diseño" [18].

La protección de diseños industriales en los países de la UE se armonizó e introdujo dentro del diseño comunitario que ofrece protección unitaria en la UE a través de un único procedimiento [19].

Licencias

Las licencias se pueden utilizar para permitir que otros utilicen tu PI a cambio de una tarifa u otra compensación. Esto puede ser una forma de generar ingresos de tu PI mientras también la proteges.

Es importante tener en cuenta que el tipo específico de protección de PI que sea más apropiado para tu producto o servicio dependerá de la jurisdicción donde se desarrolle tu negocio. Algunas partes del mundo no se preocupan por la protección de PI como tal. Por lo tanto, se recomienda realizar al menos una breve encuesta en una región y conocer esta información antes de realizar acciones comerciales o acostumbrarte a su mentalidad y a la ideología de copia cuando comiences a hacer negocios serios con un socio seleccionado.

Cómo Puedes Proteger tu PI

Existen diferentes formas y métodos para proteger tu PI. Para obtener información sobre cómo proteger tus marcas comerciales, creaciones y diseños, también puedes consultar las herramientas de aprendizaje en línea de la UE e internacionales que te ayudarán a comprender el sistema de PI y cómo puedes usarlo para beneficiar a tu negocio:

- Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO):
 - e-Learning para PYMEs
<https://euipo.europa.eu/knowledge/course/view.php?id=1507&lngcdd=true&language=es>
- Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO):
 - El rincón del aprendizaje para PYMEs para mejorar tus habilidades en PI
 - <https://www.euipo.europa.eu/en/discover-ip/sme-fund/upgrade-your-ip-skills>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) - Academia
 - <https://www.wipo.int/academy/en/>

El Metro de la Propiedad Intelectual también puede ayudarte a explorar las formas en que puedes registrar tus derechos:

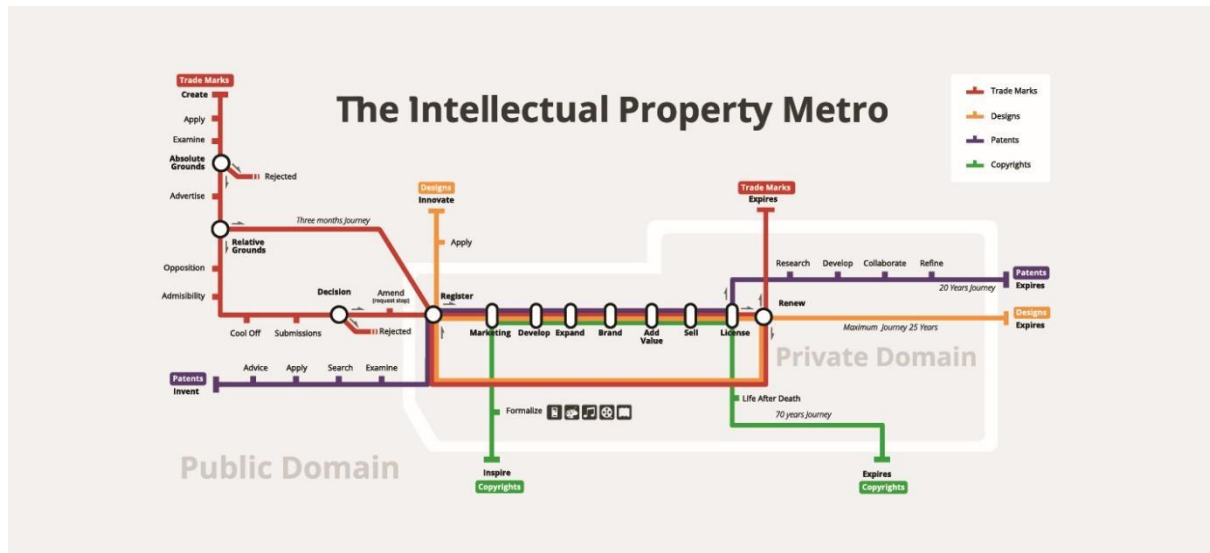


Fig. 6 El Metro de la Propiedad Intelectual [20]

Estudios de caso y Ejemplos

Cómo la propiedad intelectual (PI) crea valor y atrae a los inversores dentro de la empresa Chakra Suthra en Sri Lanka, que se enfoca en el reciclaje de plástico y comenzó con la inteligente máquina expendedora de plástico "Trash 2 Cash" en la que las personas podían reciclar sus botellas y envases de plástico a cambio de dinero, se describe en el estudio de caso publicado por la OMPI:

La mayoría de los envases en Sri Lanka terminan en vertederos, contaminando la tierra y el agua. Himesh Fernando, el fundador y CEO de Chakra Suthra, se ha propuesto revertir esta tendencia y llevar a los hogares y negocios del país hacia una práctica de cero residuos. El nombre de la empresa proviene del sánscrito: Chakra (circular) y Suthra (fórmula); la solución circular.

En 2021 se lanzó un proyecto piloto que duró ocho meses, centrándose en el reciclaje de plástico. La empresa comenzó con la inteligente máquina expendedora de plástico "Trash 2 Cash" en la que las personas podían reciclar sus botellas y envases de plástico a cambio de dinero. "Notamos que los clientes tienen hábitos de compra recurrentes y suelen ir al mismo supermercado cada dos semanas. Así que queríamos cambiar su comportamiento de 'comprar' a 'reciclar y comprar'. Seleccionamos una ubicación en el centro de Colombo, Union Place, un supermercado llamado Keells.



Los consumidores deben identificar y clasificar material reciclable en casa. Cuando van de compras, llevan consigo los artículos clasificados.

Los consumidores deben aceptar el uso de sus números de teléfono para la comunicación. Luego depositan todos sus envases en la máquina expendedora de plástico y obtienen crédito en forma de puntos, que pueden canjear en Keells Union Place. Tienen un mes calendario para canjear sus créditos acumulados. Por cada envase, el consumidor recibe un promedio de 2 rupias, explicó Himesh.

Después de un impulso inicial para ayudar a los consumidores a familiarizarse con la máquina, "hubo una adopción fantástica". La máquina se volvió popular, incluso se convirtió en una característica en las autofotos de las redes sociales, dijo Himesh.

La máquina puede recolectar entre 10,000 y 20,000 envases de plástico al mes. El plástico recolectado es reciclado por los socios de Chakra Suthra y se convierte en hilo de poliéster, que se tejerá en prendas, ya que Sri Lanka tiene una gran industria de confección, o se exportará en forma de hilo.

El piloto sirvió para probar la propuesta para el consumidor y la sostenibilidad financiera de la iniciativa, ayudar a mejorar la tecnología y evaluar la logística y las operaciones.

Al final del día, dijo Himesh, una empresa social sigue siendo una empresa que debe ser económicamente sostenible. "Lo importante de una empresa social es que estás creando un impacto". "Queremos hacer un cambio en Sri Lanka y la región, y esto es extremadamente importante". La PI es lo que hace que la iniciativa sea única y emocionante. Crea valor en la puesta en marcha que atrae a los inversores. "También es una colección de aprendizajes y conocimientos que crea un modelo de negocio único y rentable". El nombre y el logotipo de Chakra Suthra son marcas registradas, y la empresa recurrió a secretos comerciales para modelos de negocio y procesos. [21]

Para obtener más inspiración, consulta los estudios de casos publicados en el sitio [web](#) de la OMPI.

Recursos

Links:

- [1] <https://www.wipo.int/about-ip/en/>
- [2] <https://www.wipo.int/sme/en/>
- [3] https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_450_2020.pdf
- [4] <https://www.wipo.int/trademarks/en/>
- [5] https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/trademark-protection-eu_en
- [6] <https://www.euipo.europa.eu/en/trade-marks/before-applying/types-of-trade-marks>
- [7] <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/certification-and-collective-marks>
- [8] <https://www.wipo.int/trademarks/en/protection.html>
- [9] <https://www.wipo.int/patents/en/>
- [10] https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/patents/index_en.htm
- [11] <https://www.epo.org/news-events/news/2021/20211019.html>
- [12] <https://www.wipo.int/copyright/en/>
- [13] https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_450_2020.pdf
- [14] <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/copyright>
- [15] <https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/copyright/>
- [16] <https://www.wipo.int/tradesecrets/en/>
- [17] https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/trade-secrets_en
- [18] <https://www.wipo.int/designs/en/>
- [19] https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/industrial-design-protection_en
- [20] <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/design-definition>
- [21] <https://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=12537>

Artículos

[Patents for tomorrow's plastics](#)