

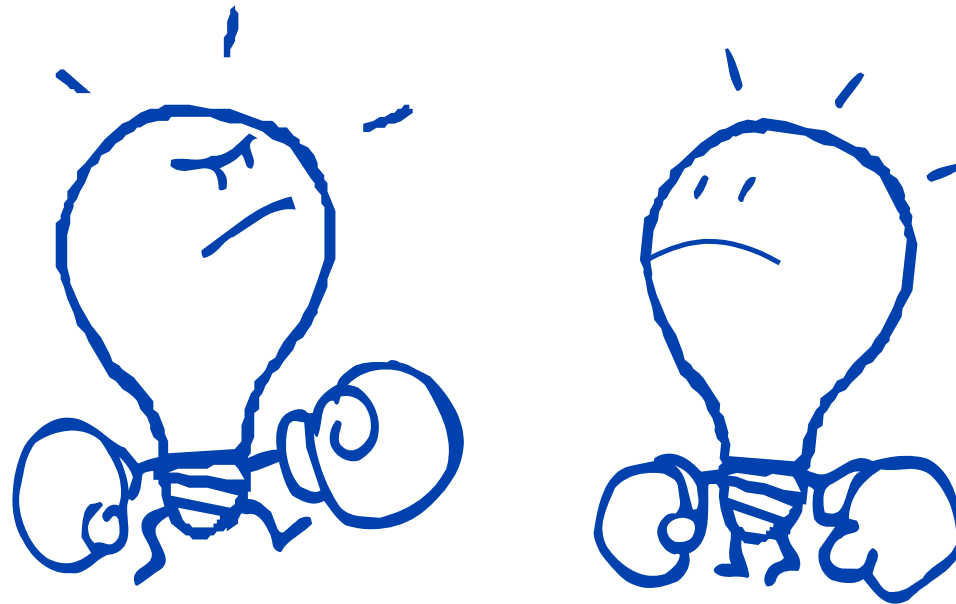


LA PROTECCIÓN DE LAS IDEAS

CEEI Elche. 1 Junio 2017

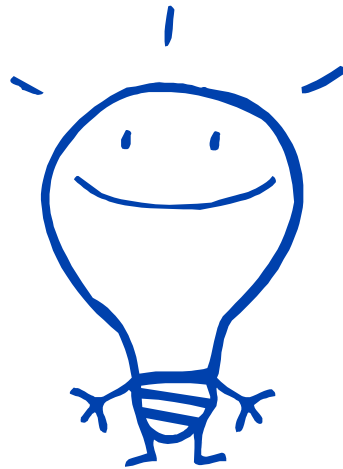
LA COMPETENCIA POR INTANGIBLES

¿CÓMO COMPITEN LAS EMPRESAS ENTRE SI?



**MÚLTIPLES EXPLICACIONES,
SÓLO UNA VERDAD: PEROGRULLO *DIXIT***

**¡Las empresas compiten con ideas!
(activos intangibles)**

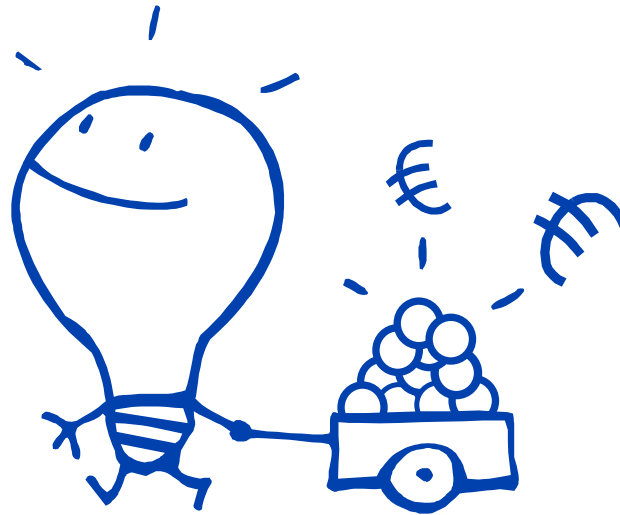


- **IDEAS** sobre los productos y los precios
- **IDEAS** sobre los clientes y la publicidad
- **IDEAS** sobre producción y distribución
- **IDEAS** para organizar recursos y competir de modo eficiente.
- **IDEAS** que innovan y producen diseños o inventos.
- **IDEAS** que permiten POSICIONAR MARCAS.

- **CONDICIÓN:** Sin ideas no es posible la supervivencia de las empresas (¡ni siquiera ya de las empresas públicas).
- **BIENES:** Las ideas son activos susceptibles de comercio, a menudo más valiosos que los bienes tangibles.



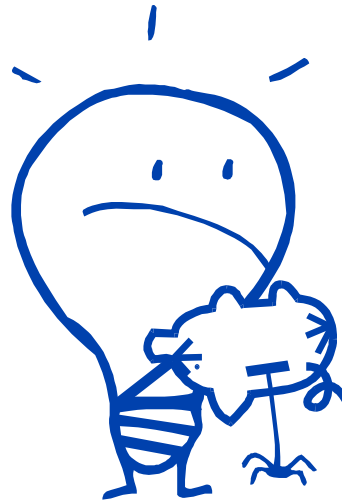
- **¿CUAL ES EL VALOR DE LA MARCA COCA COLA?**
- **¿CUANTO VALE LA PATENTE DEL DVD?**
- **¿EL ALGORITMO DE GOOGLE?**



LA LEY DE LA ECONOMÍA:

Todos los recursos económicos son escasos:

Cañones o Mantequilla (Samuelson)¹:

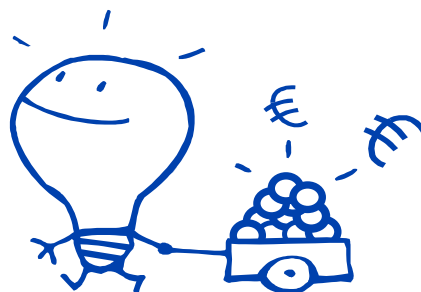


¹ Un país hipotético que sólo pudiera producir cañones o mantequilla, se enfrentaría a la decisión de cuántas unidades de cada uno de estos bienes desea fabricar. Puede dedicarse exclusivamente a la producción de cañones, producir sólo mantequilla, o, finalmente, optar por producir una mezcla de ambos. De ahí que la economía sea una ciencia de elecciones.

LA LEY DEL MARKETING:

Las ideas son la mayor y más duradera fuente de riqueza de hombres y organizaciones.

Mientras perviva la humanidad, las ideas constituirán un recurso inagotable: a knowledge-based economy (nuevo paradigma de una economía basada en el conocimiento).



POR TANTO, EL PARADIGMA DE COMPETENCIA ES:

1ª) ¿CÓMO GENERAR IDEAS (CAPITAL INTELLECTUAL)?

2ª) ¿CÓMO PROTEGER DICHAS IDEAS?

¿QUE ES EL MERCADO?

MERCADO = LUCHA

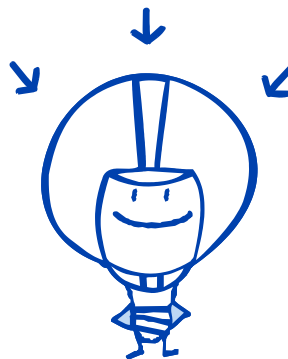
de individuos y organizaciones

por **CREAR** y

PROTEGER

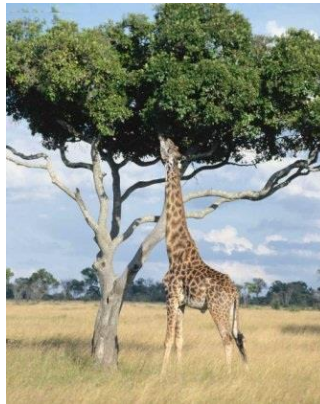
IDEAS

que otorguen **ventajas competitivas** o
establezcan **barreras de entrada** a su competencia.



CONCEPTO DE VENTAJA COMPETITIVA:

En la lucha por la supervivencia, la especie que sobrevive es la que dispone frente a los competidores de medios o herramientas más eficaces y aptas para garantizar su alimentación, su defensa o su procreación.



Ejemplos de ventajas competitivas: **una marca, un diseño, una patente.**

CONCEPTO DE BARRERA DE ENTRADA:

Los competidores no pueden entrar en un mercado, bien por una razón de derecho (prohibiciones legales o administrativas) o de hecho (tal como elevados costes de instalación o un tamaño de demanda insuficiente para justificar las inversiones):



Una patente es una barrera de entrada legal. El know how una barrera de hecho

CONCLUSIÓN:

Si no podemos proteger legalmente nuestras ideas frente a los competidores, no pueden convertirse en beneficios empresariales, pero tampoco sociales.

DEBATE:

Las críticas a la industria farmacéutica

LOS TRES TIPOS DE INTANGIBLES EMPRESARIALES:

El emprendimiento innovador compite fundamentalmente a través de tres tipos de activos intangibles:

- **Intangibles de registro facultativo:** derechos de autor
- **Intangibles de registro imperativo:** marcas, diseños y patentes (propiedad industrial).
- **Intangibles no registrables:** secreto comercial

DERECHOS DE AUTOR

Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

Protege las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro.

1. En Europa, el **software** se protege como propiedad intelectual (art. 10 TRLPI).
2. La inscripción ante el Registro de la Propiedad Intelectual es **meramente declarativo**, pero constituye una prueba muy cualificada.
3. Se considera autor a la persona natural que aparece como tal en la obra. En algunos casos previstos por la ley las personas jurídicas pueden tener algunos derechos económicos de propiedad intelectual. **Por ello, se hace imprescindible vigilar los contratos que regulan la cesión de los derechos patrimoniales.**

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

La propiedad industrial comprende un conjunto de derechos sobre los principales activos intangibles empresariales:

- Los signos distintivos: marcas y nombres comerciales.**
- Las creaciones técnicas o invenciones: Patentes de Invención o Modelos de Utilidad.**
- Las creaciones de forma: Modelos o Dibujos Industriales (Diseños).**

LA PROTECCION DE LAS MARCAS

Ley 17/2001

La marca es todo signo o combinación de signos susceptible de representación (gráfica, como una palabra o un logo, o por otro medio, como un holograma) y que tenga capacidad para distinguir en el mercado los productos o servicios de empresas competidoras (como COCA COLA y PEPSI COLA).

Por tanto, las marcas protegen la identidad que caracteriza los productos o servicios frente a los competidores y constituyen la base de la estrategia de diferenciación psicológica a través del branding.

La diferenciación psicológica:



(NIKE o REEBOK)

LA PROTECCION DEL DISEÑO

Ley 20/2003

Los diseños son innovaciones de forma, pues protegen la fisonomía o aspecto exterior particular de los productos industriales, con independencia de su nombre o de su función, a condición de que sean sus características sean **nuevas** y tengan **carácter singular**.

Su registro otorga un derecho exclusivo sobre la apariencia exterior de un producto o de una parte del mismo, derivada de sus características visibles (líneas, contornos, colores, forma, textura, ornamentación, etc.) siempre que cumplan dos condiciones:

diferenciación fisonómica:



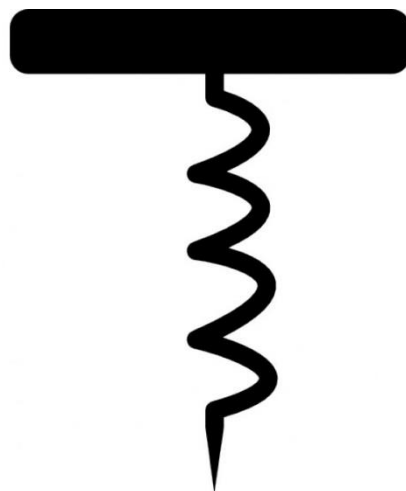
LA PROTECCION DE LAS PATENTES

Ley 24/2015

Un invento es una innovación funcional – no meramente estética o de marketing- que da lugar a un procedimiento o a un producto nuevo y con actividad inventiva, susceptible de resolver un problema técnico o de satisfacer una necesidad práctica.

Las patentes protegen la fisiología de los productos, esto es, su funcionalidad o la capacidad de determinados medios de producir resultados. Por ello, sólo se patentan los medios, no los fines.

La diferenciación fisiológica:



Los llamados “derechos de propiedad industrial” (en adelante “DPI”) tienen 10 notas básicas:

1º.- Son monopolios modernos.

2º.-Se adquieren mediante su registro antes de la divulgación.

3º.-Su eficacia está limitada territorialmente.

4º.- El registro sólo se concede si se supera un trámite administrativo complejo.

5º.- Su duración está limitada en el tiempo.

6º.-Deben usarse de forma seria y efectiva, bajo riesgo de cancelación.

7º.-Deben ser defendidos por sus titulares.

8º.- Los DPI pueden ser vendidos (“cedidos”) y alquilados (“licenciados”).

9º.- Los DPI constituyen el activo más valioso de las empresas.

10º.- Los DPI fortalecen la posición competitiva de la empresa en el mercado y aumentan los beneficios.

LA PROTECCIÓN DEL SECRETO EMPRESARIAL

Incluye

- **Secretos de naturaleza comercial:** información de naturaleza económica, financiera, organizativa, tal como listado de clientes, estudios de mercado, tarifas, políticas de descuentos, protocolos de servicio, etc.
- **Secretos de naturaleza industrial:** proyectos en marcha de I+D+i, saber hacer técnico no patentable y patentable que la empresa decide deliberadamente reservarse confidencialmente, procesos de producción, manuales y protocolos, etc.

EL SECRETO ES EXACTAMENTE LO CONTRARIO LA PATENTE

PATENTE

- 1. adj. Manifiesto, visible
- 2. adj. Claro, perceptible

SECRETO

- 1. m. Cosa que cuidadosamente se tiene reservada y oculta.
- 2. m. Reserva, sigilo.
- 3. m. Conocimiento que exclusivamente alguien posee de la virtud o propiedades de una cosa o de un procedimiento útil en medicina o en otra ciencia, arte u oficio.

Las patentes se publican y divulgan, de modo que pueden ser conocidas por los competidores: teoría del contrato social aplicada a la IP.

Una empresa puede decidir mantener en secreto una innovación tecnológica siempre que sea efectivamente posible y sólo mientras lo sea.

La motivación puede ser diversa:

- Prolongar el monopolio: el secreto dura tanto tiempo como pueda guardarse – o no lo descubre un tercero - y no sólo 20 años.
- Evitar dar información a los competidores.
- Si no hay capital para proteger internacionalmente la patente.

El Secreto empresarial en nuestro país viene protegido por una amplia variedad de leyes:

- **Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC):**
- **Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal.**
- **Código Penal Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre**
- **Directiva (UE) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2016 relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información empresarial no divulgados (secretos comerciales) contra su obtención, utilización y revelación ilícitas.**

A los efectos de la Directiva se entenderá por <<secreto comercial>> la información que reúna todos los requisitos siguientes:

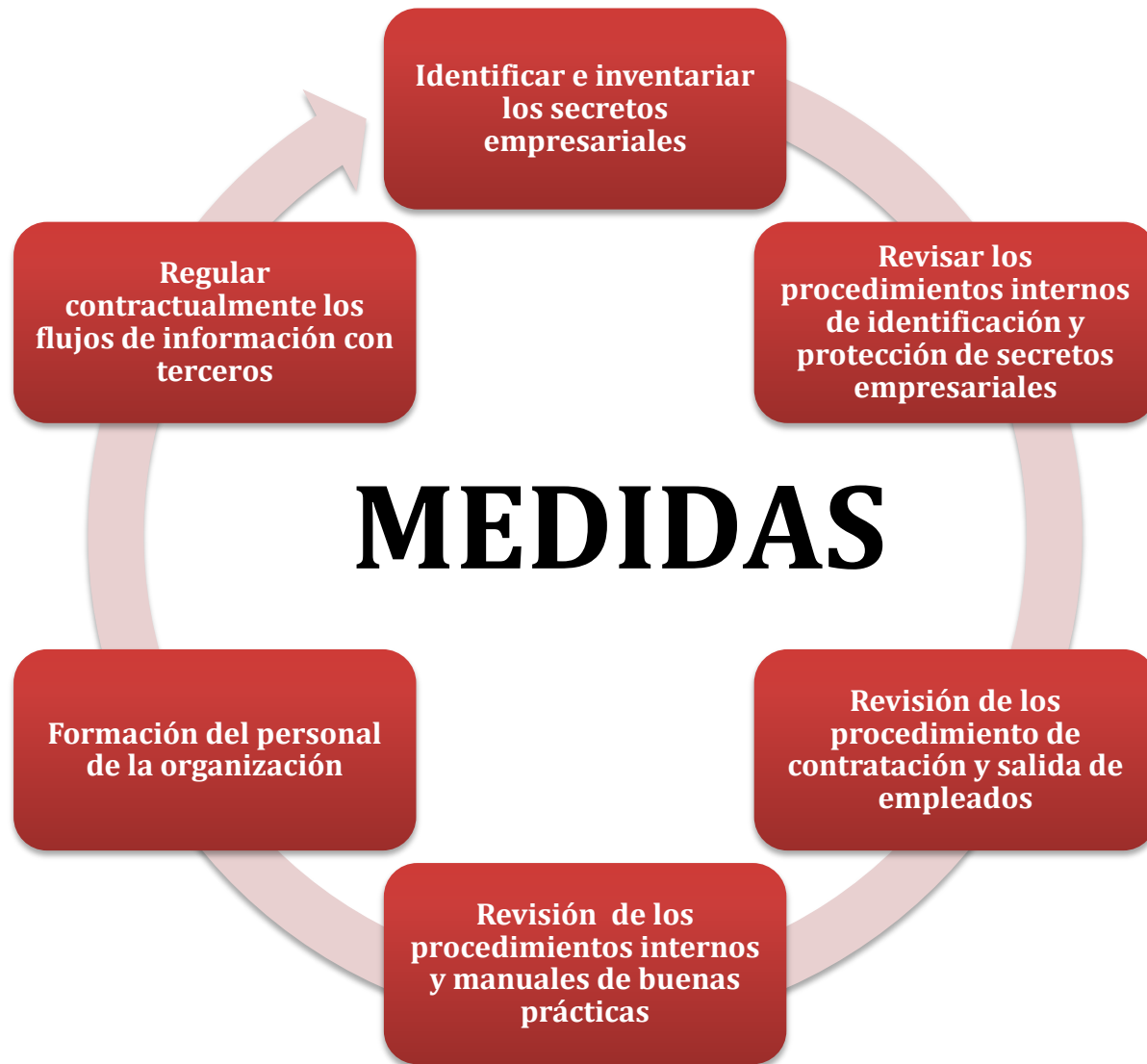
- a) **ser secreta:** en el sentido de no ser, en su conjunto o en la configuración y reunión precisas de sus componentes, generalmente conocida ni fácilmente accesible por las personas pertenecientes a los círculos en que normalmente se utilice el tipo de información en cuestión;
- b) **tener un valor comercial por su carácter secreto y**
- c) **haber sido objeto de medidas razonables para mantenerla secreta** por parte de la persona que legítimamente ejerza su control (creador, titular originario, cesionario o licenciatario), consideradas las circunstancias del caso.

LA CULTURA INTERNA DE PROTECCIÓN

La **Directiva** -como desde hace años vienen haciendo nuestros Juzgados y Tribunales al interpretar la LCD- **exige la creación e implantación dentro de las organizaciones de una cultura de protección de los secretos empresariales.**

La Directiva supedita la tutela de los secretos empresariales a la diligencia del poseedor legítimo en la adopción de medidas de protección de sus secretos empresariales.

POLITICAS DE SEGURIDAD, CONDICIONES DE CONTRATACION, NdAs.



Gracias por su atención.

emartin@ibidem.com