



La innovación bien vale ser protegida

Toda empresa que realice un esfuerzo en innovación, sea en gestión empresarial, en imagen corporativa, en tecnologías o en productos, ha de proteger sus resultados para asegurar su éxito. La propiedad industrial se convierte así en pieza fundamental de la estrategia competitiva.

Francisco Javier Moledo Froján, Dr. Ingeniero Industrial, ETS de Ingeniería, Universidad del País Vasco



AUTOR: MOLEDO FROJÁN, Francisco Javier

TÍTULO: La innovación bien vale ser protegida

FUENTE: MK Marketing+Ventas n.º 264, enero 2011

DESCRIPTORES:

- Gestión de marca
- Propiedad industrial
- Innovación

RESUMEN:

En este artículo se presenta el estudio de un caso de innovación relacionado con la estrategia de propiedad industrial. El análisis de los títulos de propiedad industrial solicitados por la empresa destaca la necesidad de asegurarse la protección de los resultados de sus esfuerzos innovadores.

Asimismo se recomienda la utilización conjunta de las diferentes modalidades de propiedad industrial. Se trata de una acción imprescindible en el marco de una adecuada estrategia competitiva empresarial.

Ésta se entiende en su acepción más amplia y se aplica no solo a la industria y al comercio, sino también al dominio de las industrias agrícolas y extractivas y a todos los productos fabricados o naturales, como vinos, granos, hojas de tabaco, frutos, animales, minerales, aguas minerales, cervezas, flores, harinas.

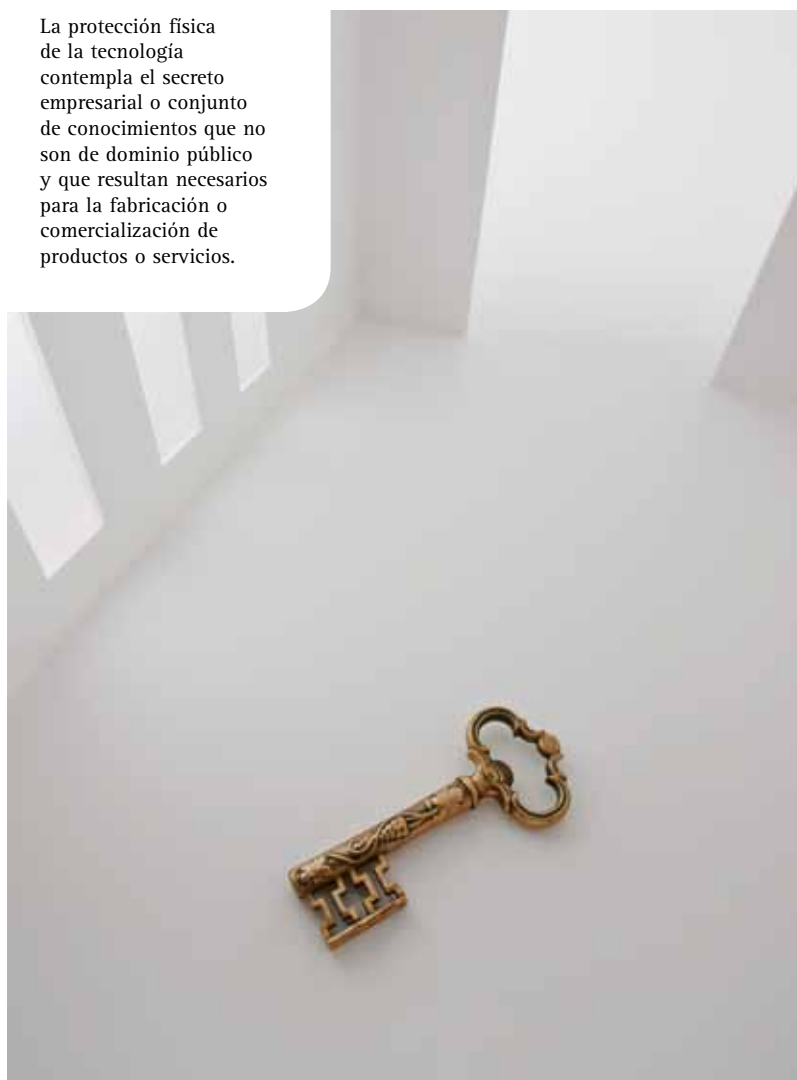
De este modo, constituye un conjunto de derechos exclusivos que protegen tanto la actividad innovadora manifestada en nuevos productos, procedimientos o diseños, como la actividad mercantil mediante la identificación en exclusiva de productos y servicios ofrecidos en el mercado.

Asimismo tiene un eminente contenido patrimonial que incrementa el activo de la empresa y que, en consecuencia, puede ser objeto de diversas operaciones mercantiles, como licencias, hipotecas, transmisiones, etc.

Ninguna empresa debiera vivir de espaldas a la propiedad industrial. Cualquier compañía que realice algún esfuerzo en innovación en gestión empresarial, en diseño de productos, en tecnología o en su propia imagen corporativa ha de proteger sus resultados si desea ser competitiva.

La propiedad industrial tiene por objeto proteger las patentes de invención, los modelos de utilidad, los diseños industriales, las marcas de fábrica, comercio o servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la defensa ante la competencia desleal.

La protección física de la tecnología contempla el secreto empresarial o conjunto de conocimientos que no son de dominio público y que resultan necesarios para la fabricación o comercialización de productos o servicios.



Se entiende por “proteger” toda aquella acción encaminada a evitar la apropiación o aprovechamiento indebido de un bien por parte de terceros. La protección se realiza mediante sistemas de seguridad física (cajas-fuerte, vigilantes, alarmas, etc.) y de reconocimiento jurídico (títulos de propiedad).

De los activos de la empresa, cabe señalar que la tecnología es un bien inmaterial (cono-

cimiento) cuyo soporte físico es la propia mente de las personas que saben, la documentación en la que se describe y los productos o servicios en los que se implementa. Esto plantea problemas tanto para su protección física como para la jurídica. Las formas habituales de proteger la tecnología son:

- **Protección física:** secreto empresarial o conjunto de conocimientos que no son de dominio público y que resultan necesarios para la fabricación o comercialización de productos, la prestación de servicios o la organización administrativa o financiera de una unidad o dependencia empresarial. Supone, por tanto, una ventaja competitiva en el mercado que se ha de conservar y evitar su divulgación. El Reglamento de la UE de 4 de marzo de 1989, la Ley 3/91 sobre Competencia Desleal y el actual Código Penal de 1995 castigan la apropiación indebida y la difusión no autorizada de secretos de empresa.
- **Protección jurídica:** títulos de propiedad industrial.
- **Protección indirecta** a través del reconocimiento público de la propiedad por “ser el primero en el mercado”: aunque a veces esta modalidad se liga al concepto de *lead time* (el primero), más adecuado para medir la flexibilidad de la empresa que para valorar el reconocimiento público, es más una cuestión vinculada al marketing que al sistema productivo de la empresa. Es mucho más fácil entrar el primero en el mercado que tratar de convencer a alguien de que se tiene un producto mejor que el que llegó antes. Una razón por la que el primer producto tiende a mantener su liderazgo es que a menudo permanece en la mente de los consumidores, de manera que su nombre se convierte en genérico para clasificar a ese tipo de producto.

Cada empresa debe elegir la forma de protección de sus activos de innovación: puede ser una, una combinación de dos o, siempre que sea posible, las tres a la vez. No proteger el resultado

No proteger el resultado de las innovaciones supone, para la empresa, regalarlo literalmente a sus competidores

de sus innovaciones supone para la empresa regalarlo, literalmente, a sus competidores.

Modalidades de protección

La protección jurídica de las innovaciones empresariales se obtiene a través de los títulos de propiedad industrial. Los más frecuentes son **patentes**, destinadas a la protección de las innovaciones técnicas o invenciones; **diseños**, para la protección de las innovaciones en la forma externa; y **marcas**, como protección de la identidad corporativa. Como se ha mencionado, no son incompatibles entre sí, sino que debieran utilizarse conjuntamente en la mayoría de los casos de innovaciones empresariales con el fin de obtener una adecuada protección.

PATENTES

Las empresas las utilizan para proteger sus invenciones. Aunque el término "invención" no suele definirse en la legislación sobre propiedad industrial, se entiende por ello toda nueva solución a un problema técnico.

Una patente es un título por el que, a cambio de describir la invención en el documento de patente, se le reconoce al titular el derecho a impedir que un tercero que no tenga su consentimiento la explote industrialmente. Dura veinte años desde la fecha de solicitud y en España se regula mediante la Ley 11/1986 de 20 de marzo de patentes de invención y modelos de utilidad.

Existen patentes concedidas por organizaciones supranacionales con efectos de ámbito comunitario o internacional:

- La **patente europea** es única para todos los países firmantes. Está regulada por el Convenio de la Patente Europea (CPE), que se concede por un órgano internacional, la Oficina Europea de Patentes de Munich. Tiene validez en todos los estados designados, por tanto presenta los mismos

efectos y está sometida al mismo régimen que una patente nacional. Los estados contratantes de la patente europea son Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malta, Mónaco, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovenia, Eslovaquia, Suecia, Suiza, República Checa, Reino Unido y Turquía. Además es reconocida por Albania, Bosnia-Herzegovina, Croacia, Macedonia y Serbia.

- Otra vía es la **Solicitud de Patente Internacional PCT**, tramitada en virtud del Tratado de Cooperación de Patentes (PCT) y que permite solicitar protección para una invención simultáneamente en un gran número de países (138 en 2008). La ventaja es que facilita la tramitación de las solicitudes cuando se desea obtener la protección en varios países, pues una solicitud única produce los mismos efectos que si se hubiera presentado en cada uno de los países que forman parte del tratado. No se trata de un procedimiento de concesión de patentes, ya que la concesión la otorga cada uno de los países elegidos. Es un sistema por el que se unifica la tramitación previa a la concesión.

- Las **patentes triádicas**, aquellas relacionadas con invenciones para las que se ha solicitado protección en las tres oficinas más importantes de patentes (EPO, European Patent Organization; USPTO, United States Patent and Trademark Office; y JPO, Japan Patent Office), son las más valoradas actualmente, ya que, teniendo en cuenta que es costoso patentar en tres sistemas distintos, es posible que se asocien a un mayor rendimiento comercial esperado.

- Un concepto similar es el de las **patentes trilaterales**, activas en los tres bloques de la trilateral (Europa, Estados Unidos y Japón). Incluye las solicitadas ante la JPO y la USPTO, para las que además se ha presentado una solicitud en cualquier estado miembro del Convenio de la Patente Europea, pero que no se solicitan ante la EPO.



En los modelos de utilidad se protege la forma de un objeto porque determina una ventaja técnica, mientras que en los diseños se protege por su originalidad y se aplica solo a su ornamentación y presentación.

MODELOS DE UTILIDAD

Los modelos de utilidad, menos conocidos que las patentes, también se utilizan para la protección de las invenciones. Esta figura jurídica se contempla, con diferentes denominaciones, en las leyes de más de 30 países,

a los que hay que sumar los miembros de la Organización Africana de la Propiedad Intelectual. Además, en algunos como Australia y Malasia se registran formas de protección denominadas patentes de innovación o innovaciones de utilidad que se asemejan al modelo de utilidad. En otros, como Hong Kong, Irlanda y Eslovenia, existen patentes de corta vigencia equivalentes al modelo de utilidad.

En España, la Ley 11/1986 establece que *“serán protegibles como modelos de utilidad las invenciones que, siendo nuevas e implicando una actividad inventiva, consistan en dar a un objeto una configuración, estructura o constitución de la que se derive una ventaja prácticamente apreciable para su uso o fabricación”*.

Aunque los requisitos que se piden para la protección de la invención son similares a los de las patentes, son menos estrictos para los modelos de utilidad, por lo que se utilizan para proteger invenciones de menor rango inventivo. En la práctica se usa la protección mediante modelos de utilidad para innovaciones menores que quizás no satisfagan los criterios de patentabilidad.

Su plazo de duración es más corto que el de las patentes y varía según países. En España es de diez años, frente a los veinte de una patente. La sencillez de su proceso y su menor duración determina que sea más económico obtenerlos.

Pero la citada ley excluye de manera expresa la protección, mediante este sistema, de los productos químicos, los alimentos y los procedimientos. Por lo general, los modelos de utilidad se aplican a las invenciones de menor complejidad técnica y a las invenciones que se prevé comercializar solamente durante un periodo de tiempo limitado.

DISEÑOS

Se entiende por diseño la apariencia y ornamentación de un producto que hacen que

visualmente sea diferente a otro sin tener en cuenta ninguna de sus características técnicas o funcionales. Es una protección de la forma de un producto tridimensional (modelo industrial) o bidimensional (dibujo industrial).

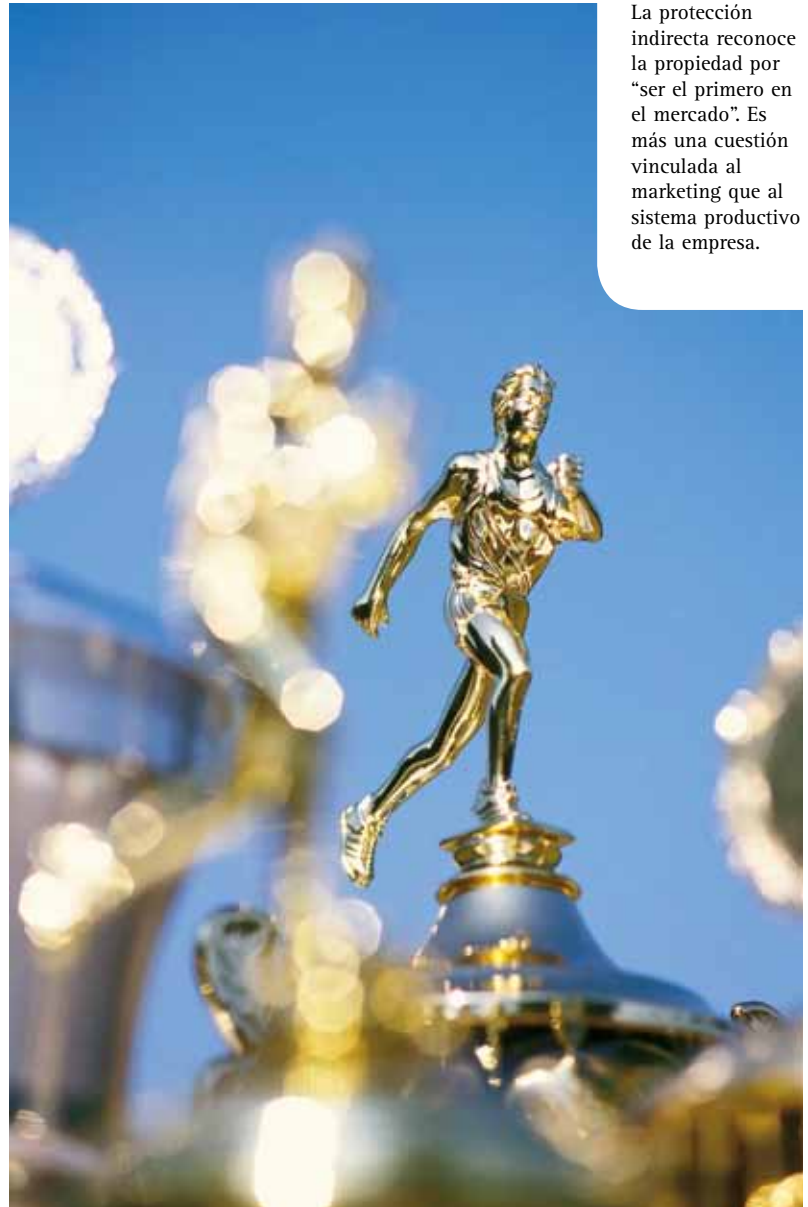
En los modelos de utilidad se protege la forma de un objeto porque determina una ventaja técnica, mientras que en los diseños se protege por su apariencia, originalidad, por el efecto estético que produce y que se aplica solo a la ornamentación y presentación de los productos.

En España, los diseños se regulan mediante la Ley 20/2003 de 7 de julio de protección jurídica del diseño industrial. Asimismo, existen diseños concedidos por organizaciones supranacionales con efectos de ámbito comunitario o internacional.

- Se puede obtener un **diseño comunitario** mediante una única solicitud, concedido por la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI). A todos los efectos es único y se concede o anula para todo el territorio de la Unión Europea, por lo que otorga a su titular el derecho exclusivo a usarlo en todos los estados miembros de la Unión Europea e impide el empleo por terceros sin su consentimiento. Queda protegido durante un plazo de cinco años, renovables por periodos de cinco años hasta un máximo de 25 desde la fecha de solicitud.

- Otra vía es el **diseño internacional**. Se enmarca en un sistema de registro internacional de diseños para estados y organizaciones intergubernamentales que están integrados en el arreglo de La Haya, que comprende las actas de 1934, 1960, 1967, el protocolo de Ginebra de 1975 y el acta de Ginebra de 1999.

Desde el 1 de enero de 2008, fecha de entrada en vigor de la adhesión de la Unión Europea al arreglo de La Haya, las empresas de la UE y de los estados adheridos a él pueden, con una única solicitud –lo que simplifica el proceso y reduce



La protección indirecta reconoce la propiedad por "ser el primero en el mercado". Es más una cuestión vinculada al marketing que al sistema productivo de la empresa.

los costes—, obtener la protección de sus diseños en 62 estados.

Un diseño internacional es más fácil de gestionar que varios nacionales, al simplificar la obtención de protección en otros estados y su gestión posterior. Tiene una validez de cinco años desde la fecha del registro y se puede renovar por periodos de cinco

años, hasta completar el establecido por la legislación de cada parte contratante del arreglo de La Haya.

MARCAS

La marca y el nombre comercial son signos distintivos que se protegen mediante títulos otorgados por el Estado. Confieren a su titular el derecho exclusivo de utilizarlos en el tráfico económico, e impedir a otros el empleo en España de los signos distintivos protegidos u otros idénticos o similares aplicados a productos o servicios iguales o parecidos.

La **marca** es un signo o una combinación de ellos que diferencian los productos y servicios de una empresa de los de los demás.

El **nombre comercial** es todo signo susceptible de representación gráfica que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás.

La marca y el nombre comercial pueden ser denominativos, gráficos o mixtos. Su protección en España se obtiene siguiendo los requisitos establecidos por la Ley 17/2001 de 7 de diciembre de marcas.

Otras posibilidades son la **marca comunitaria**, otorgada por la OAMI (la mencionada Oficina de Armonización del Mercado Interior) y válida para todo el territorio de la Unión Europea, y la **marca internacional**, concedida por la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) y con la que se puede obtener protección en 78 países.

La utilización conjunta

Con el fin de obtener una protección adecuada, los esfuerzos de innovación de las empresas deben apoyarse en la utilización conjunta de las diferentes modalidades de protección jurídica o títulos de propiedad industrial.

Un caso significativo lo encontramos al analizar la estrategia de propiedad industrial de Angulas Aguinaga, S.A. En los años 70, la firma se había posicionado como una de las mayores comercializadoras de angulas en el mundo. Pero desde principios de los 80 se redujo la cantidad de angulas que llegaban a las costas de Europa. Conscientes del agotamiento de sus recursos naturales, la compañía buscó un sucedáneo, el surimi, un producto derivado del pescado y consumido en Japón desde hace siglos.

Este proceso de innovación por necesidad dio como resultado un alimento generado en los laboratorios del CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) y patentado por Aguinaga a principios de los 90. Como consecuencia, su producto más conocido ya no son las angulas, sino “La gula del norte”[®]. Al margen de la tecnología, su éxito también ha estado relacionado con una intensa promoción en televisión y otros medios.

Algunas muestras de reconocimiento de su carácter innovador son el nombramiento, en 2006, como “mejor empresa alimentaria española” por el Ministerio de Agricultura, Pesca y



Es mucho más fácil entrar el primero en el mercado que tratar de convencer a alguien de que se tiene un producto mejor que el que llegó antes

Alimentación y la entrega del premio de honor en el concurso Seaffod Prix'Elite 2007.

La importancia de la protección de la propiedad industrial para Aguinaga se pone de manifiesto a través del análisis de los registros que ha obtenido para sus productos.

A continuación analizamos uno de sus productos, "La gula del norte fresca" y los títulos de propiedad que lo protegen en cada una de las categorías.

PATENTES

Las gulas de Aguilas Aguinaga, S.A. están protegidas por las siguientes patentes:

Patente española 2010637: "Procedimiento de fabricación de un producto análogo a la angula y producto así obtenido".

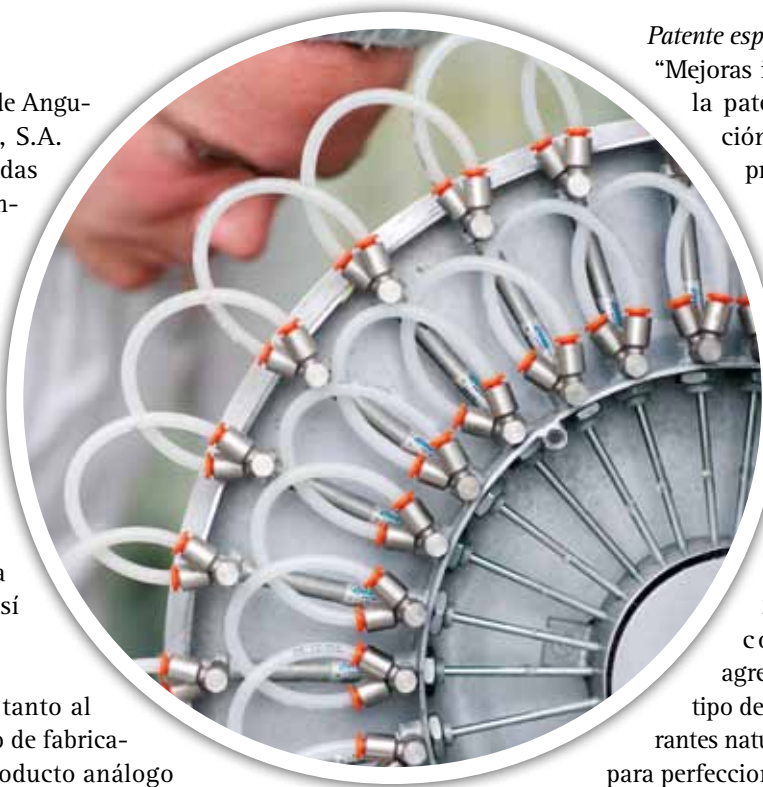
Se refiere tanto al procedimiento de fabricación de un producto análogo a la angula como al que se obtiene.

Aquí se describen desde los ingredientes hasta la temperatura a la que se homogeneizan: la fabricación de un análogo a angula se hace con una base de pescado picado más cloruro sódico, almidón, agua, clara de huevo y colorantes naturales, a los que se les puede añadir aceite vegetal, saborizantes y aditivos oxidorreductores. Los constituyentes se homogeneizan a una temperatura inferior a 0° en una máquina cúter. Después el producto se forma por extrusión o

por moldeo y se somete a un tratamiento térmico en varias etapas y atmósferas.

Patente española 2034920: "Perfeccionamientos introducidos en la patente de invención 8901508 por: procedimiento de fabricación de un producto análogo a la angula y producto así obtenido".

Se trata de unos perfeccionamientos introducidos en la patente anterior. En ella se detalla paso por paso la elaboración técnica que da como resultado un producto cuya forma simula la de la angula.



Patente española 2034921: "Mejoras introducidas en la patente de invención 8901508 por: procedimiento de fabricación de un producto análogo a la angula y producto así obtenido".

Se refiere a unas mejoras introducidas en la patente 2010637, que consisten en agregar un segundo tipo de pasta con colorantes naturales apropiado para perfeccionar la forma del cuerpo de la angula.

Patente española 2048670: "Procedimiento de fabricación de un producto similar a la angula y producto así obtenido".

En ella se define minuciosamente el complejo procedimiento de fabricación, incluidos los tipos de corte, los procesos de calentamiento para su conversión en gel y su estabilización, etc.

Patente española 2048672: “Procedimiento de fabricación de análogo de angula y producto así obtenido.”

Aquí se explica el nuevo procedimiento de fabricación mediante modernos sistemas de cortes y boquillas con los que se consigue la apariencia de una angula natural.

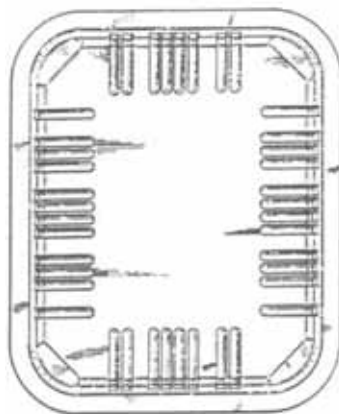
Patente europea 0589819: “Alimento artificial parecido a las angulas”.

Se presenta un alimento artificial similar a las angulas que contiene entre 1 y 20 partes por peso de grasa sólida y aceite hasta completar las 100 partes por peso del material iniciador, que comprende pescado o carne de marisco como ingrediente principal.

Como se deduce de lo expuesto, el proceso de innovación y la protección de los resultados mediante patentes, tanto en la composición del producto como en su forma de fabricación, es constante desde su lanzamiento.

MODELOS DE UTILIDAD

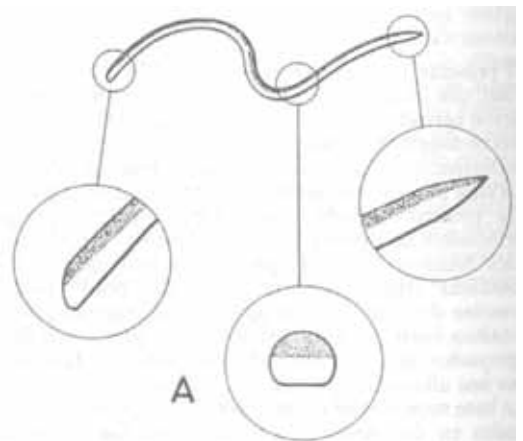
La compañía ha protegido sus gulas por los siguientes modelos de utilidad:



Modelo de utilidad español U0248607: “Envase para conservación y presentación de alimentos”. Aquí se pormenorizan todas las ca-

racterísticas del envase y la forma en que se presenta el producto.

Modelo de utilidad español U9203767: “Dispositivo de extrusionado para la conformación de alimentos en forma alargada”. Especifica cómo es y cómo funciona el dispositivo de extrusionado que combina distintos alimentos para configurar el sucedáneo.



A través de los modelos de utilidad nos encontramos con la protección tanto del utillaje de fabricación del producto como de los envases en los que se comercializa.

DISEÑOS

El producto conocido como “La gula del norte fresca” está protegido por los siguientes diseños, registrados como modelos industriales españoles:

Modelo industrial español I0127092: “Envase para alimentos”. Puntualiza detalladamente cada una de las características que configuran el envase (acanaladuras, aristas, franjas, vértices...).

Modelo industrial español I0128365: “Sucedáneo de angula”. Especifica sus diversas formas (cuerpo filiforme, cola puntiaguda, cabeza abombada, contornos suavemente redondeados, etc.).

Los modelos industriales protegen la forma tanto de los envases en los que el producto se comercializa como el producto en sí mismo.

MARCAS

Angulas Aguinaga tiene protegidas las siguientes marcas denominativas:

“La gula del norte”: marca nacional M 1670915 y marca comunitaria CTM 006467765.

“La gula”: marca nacional M1686484.

Por otra parte, tiene protegidas las siguientes marcas mixtas (denominativas con gráficos):

Marca española M2044328



Marca española M2640654



Por último, protege su nombre comercial mediante la marca reproducida en la siguiente figura:

Marca española N0204460



Conclusiones

A modo de resumen, podemos concluir que en el caso estudiado:

- La tecnología del proceso utilizado para la fabricación del producto, así como las características técnicas del producto han sido protegidas mediante las patentes españolas 2010637, 2034920, 2034921, 2048670 y 2048672 y la europea 0589819.
- Las características técnicas del utillaje empleado en la fabricación del producto se protegen mediante el modelo de utilidad español U9203767.
- La forma del producto se protege mediante el modelo industrial español (diseño) I0128365.
- Las características técnicas de los envases se protegen mediante el modelo de utilidad español U0248607.
- Su forma, mediante el modelo industrial español (diseño) I0127092.
- La comercialización del producto, con las marcas españolas M2044328 y M2640654.
- Por último, el nombre comercial del productor se protege mediante la marca española N0204460.

No cabe duda de que, a la vista del análisis realizado, gran parte del éxito obtenido por Angulas Aguinaga en su proceso de innovación de los productos comercializados, sus famosas gulas del norte, se debe a la estrategia de propiedad industrial implementada como parte del proyecto de innovación. •

