

CURSO DE FORMACIÓN DE AGENTES EN VIGILANCIA TECNOLÓGICA PARA LA INNOVACIÓN

PROYECTO RETA

MODULO I – Propiedad Intelectual

MODALIDAD VIRTUAL



*El presente documento a sido desarrollado para fines de formación por la Unidad de Vigilancia Tecnológica del proyecto **RETA (Universidad de Playa Ancha)**, se autoriza para su reproducción parcial o total del contenido, para su uso no comercial o de formación, citando el origen del presente documento como fuente.*

Contactos

Paulina Arellano R.
Danilo Reyes L.
Rodrigo Trujillo L.
innovando@upla.cl

MODULO I – PROPIEDAD INTELECTUAL

Propiedad Intelectual, protegiendo el conocimiento.	4
PROPIEDAD INDUSTRIAL	4
DERECHO DE AUTOR	4
Mecanismos de protección	4
PATENTE DE INVENCION	5
MODELO DE UTILIDAD	6
DISEÑO INDUSTRIAL	6
MARCAS COMERCIALES	6
INDICACIÓN GEOGRÁFICA - DENOMINACIÓN DE ORIGEN	7
Estrategia de Apropiación del Valor de la Innovación	8
<i>Algunas razones para proteger las invenciones.</i>	8
Intangibles y el capital intelectual	9
Invención e Innovación	10
Creación de valor sobre la innovación	10
Opciones de protección, el Inventor y la Sociedad	11
Los Activos Intangibles	11
<i>Las Marcas como Activos.</i>	11
<i>Las Patentes como Activos.</i>	11
¿ Fabricando Invenciones?	12
USO DE LA INFORMACION Y ESTADÍSTICAS DE PATENTES	13
<i>Qué tipo de información ofrecen las patentes.</i>	13
<i>¿Cómo?</i>	13
<i>Supuestos del Análisis de Patentes</i>	14
Ventajas del Análisis de Patentes	14
Desventajas del Análisis de Patentes	14
<i>Usos potenciales del análisis de documentos de patentes</i>	15
Opciones del Análisis de Patentes	15
Tipos de Análisis	16
<i>Tendencias Tecnológicas por área</i>	16
<i>Especialización Tecnológica</i>	17
<i>Mapeo del Conocimiento</i>	17
<i>Prioridad y Familia de Patentes</i>	18
La Estrategia PI	18
<i>Definición de una estrategia interna en la organización</i>	18
<i>Identificar el Objetivo comercial</i>	18
<i>Protección</i>	19
<i>Valoración</i>	19
<i>Comercialización</i>	20
<i>Licenciamiento</i>	20
Dominio Público	21
<i>Transferencia Tecnológica</i>	22

Propiedad Intelectual, protegiendo el conocimiento.

Tradicionalmente la PROPIEDAD INTELECTUAL se ha dividido en dos ramas:

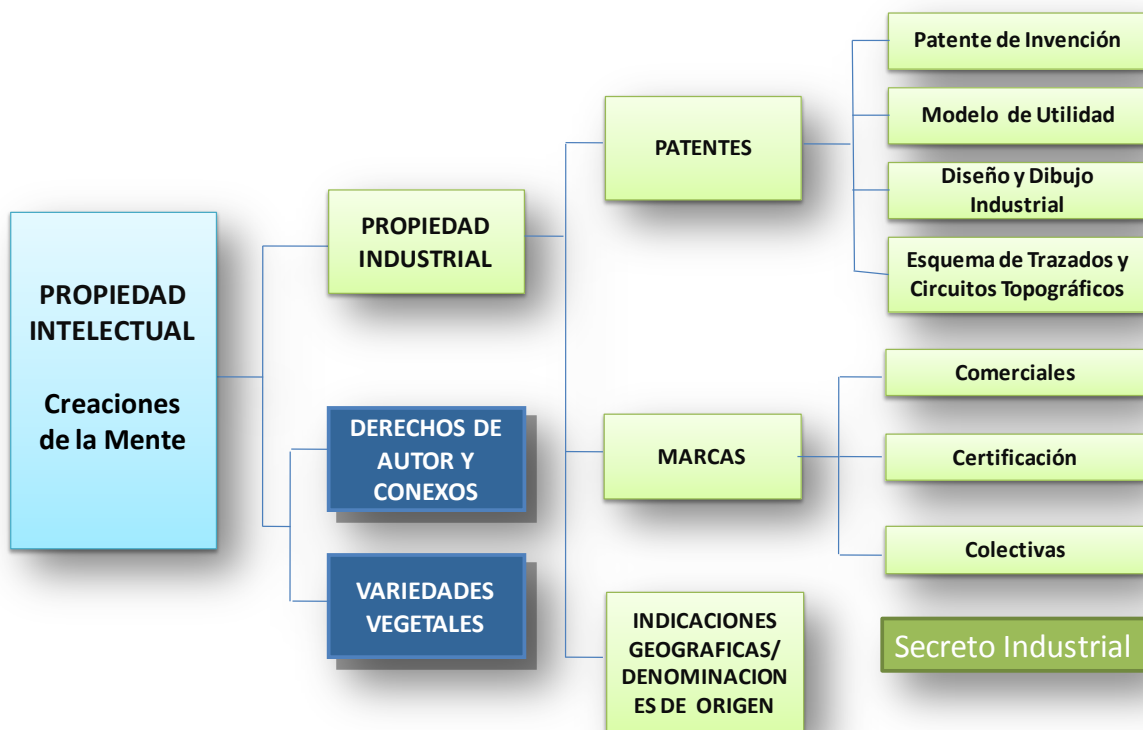
PROPIEDAD INDUSTRIAL

Comprende principalmente, creaciones asociadas a una finalidad comercial. De acuerdo a la Ley 19.039 son derechos de propiedad industrial las patentes de invención, modelos de utilidad, diseños y dibujos industriales, esquemas de trazado o topografías de circuitos integrados, marcas comerciales, indicaciones geográficas y denominaciones de origen.

DERECHO DE AUTOR

Protege la expresión original de conceptos, obras del intelecto y no de ideas. Por lo general protege obras literarias y artísticas tales como obras escritas, musicales, artísticas, libros, pinturas, esculturas, programas de computación.

Mecanismos de protección



PATENTE DE INVENCION

Es toda solución a un problema de la técnica que origine un quehacer industrial, entendido este último concepto en su acepción más amplia e independientemente de la factibilidad económica para ponerla en práctica. Una invención podrá ser un producto o un procedimiento o estar relacionada con ellos. Quedan comprendidas en este concepto, las invenciones relativas a procedimientos biotecnológicos y productos que consistan en materia viva o que la contengan, siempre que reúnan los requisitos de patentabilidad y no queden comprendidas dentro de las exclusiones contenidas en el artículo 37 de la Ley.

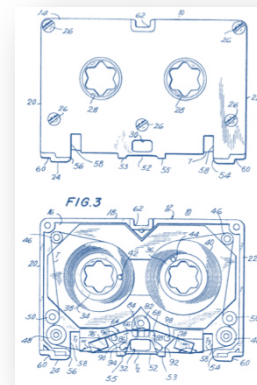


Herramienta EXPLORADOR en www.INAPIPROYECTA.cl

Fuente INAPI

Patente

- Título de propiedad temporal otorgado por el Estado al inventor o persona de derecho. Derecho de propiedad que concede el Estado para el *uso exclusivo* del objeto bajo protección. (Art. 31, Ley)
- La patente permite excluir a terceros de los actos relacionados a la materia protegida.
- Derecho de comercialización exclusiva, que se extiende a producir, vender o comercializar y, en general, realizar cualquier tipo de explotación del objeto protegido.
- Uso exclusivo limitado en el tiempo.
- Uso exclusivo limitado a una región geográfica.
- Plazos de vigencia de la protección:
 - Patente de Invención: 20 años a partir de la fecha de presentación de la solicitud.
 - Patente de Modelo de Utilidad: 15 años.



Indicaciones

Todo objeto patentado deberá llevar la indicación del número de la patente, ya sea en el producto mismo o en el envase, y deberá anteponerse en forma visible la expresión "Patente de Invención" o las iniciales "P.I." y el número del registro.

Cuando existan solicitudes en trámite, se deberá indicar esa situación, en el caso que se fabriquen o comercialicen. (Art. 53 de la Ley)

MODELO DE UTILIDAD

El Artículo 54 de la Ley establece que se considerarán como Modelos de Utilidad los instrumentos, aparatos, herramientas, dispositivos y objetos o partes de los mismos, en los que la forma sea reivindicable, tanto en su aspecto externo como en su funcionamiento, y siempre que ésta produzca una utilidad, esto es, que aporte a la función a que son destinados un beneficio, ventaja o efecto técnico que antes no tenía.

DISEÑO INDUSTRIAL

El artículo 62 de la Ley establece que bajo la denominación de Diseño Industrial se comprende toda forma tridimensional, asociada o no con colores y cualquier artículo industrial o artesanal que sirva de patrón para la fabricación de otras unidades y que se distinga de sus similares, sea por su forma, configuración geométrica, ornamentación o una combinación de éstas, siempre que dichas características le den una apariencia especial perceptible por medio de la vista, de tal manera que resulte una fisonomía nueva.

Los envases quedan comprendidos entre los artículos que pueden protegerse como diseños industriales, siempre que reúnan la condición de novedad.

MARCAS COMERCIALES

Son signos que nos permiten distinguir productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales en el mercado. La principal característica de una marca es su carácter distintivo, esto es, ser capaz de distinguirse de otras que existan en el mercado, a fin de que el consumidor diferencie un producto y/o servicio de otro de la misma especie o idénticos que existan en el mercado.

Los consumidores satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usar ese producto. Para ello, es necesario que puedan distinguirlo de otros productos idénticos o similares.

Las marcas comerciales pueden ser palabras, letras, números, fotos y formas así como toda combinación de los mismos:

- Una palabra o palabras con o sin significado idiomático, combinación de letras, y/o números: marcas denominativas.
- Etiquetas con figuras, imágenes, símbolos, dibujos: marcas figurativas.
- Etiquetas con palabra, palabras, con o sin significado idiomático, combinación de letras, y/o número, en combinación con figuras, imágenes, símbolos y dibujos: marcas mixtas.

Estas son las marcas más comunes, pero también puede ser cualquier signo distintivo capaz de representación; por ejemplo, un sonido: marcas sonoras.

La protección que concede la marca es territorial, es decir, sólo a nivel nacional; y temporal, por 10 años contados desde su registro, pero a diferencia de los otros títulos de protección las marcas son renovables indefinidamente por periodos iguales, previo pago de la tasa correspondiente.

INDICACIÓN GEOGRÁFICA - DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen protegen productos originarios del país o de una región o localidad, siempre que tengan una calidad, reputación u otra característica imputable a su origen geográfico. En el caso de las denominaciones de origen, deben presentar además factores naturales y humanos que inciden en la caracterización del producto.

En este sentido, como derechos de propiedad industrial constituyen verdaderos signos distintivos. Actualmente, la protección que implica el reconocimiento de una indicación geográfica o de una denominación de origen puede alcanzar cualquier tipo de producto, no sólo agrícola, siempre que cumpla con los requisitos previstos en la Ley de Propiedad Industrial, en su reglamento u otras normas especiales.

Una indicación geográfica es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen.

Por lo general, una indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos.

Un ejemplo típico de indicación geográfica son los productos agrícolas que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción, extracción o cultivo y que están sometidos a factores locales específicos, como el clima y el terreno. El hecho de que un signo desempeñe la función de indicación geográfica depende de la legislación nacional y de la percepción que tengan de ese signo los consumidores. Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos agrícolas como, por ejemplo, "limón de Pica" para los limones producidos en la zona de Pica, Región de Tarapacá.

Una indicación geográfica hace referencia al lugar o región de producción, extracción, cultivo o elaboración que determina las cualidades específicas del producto originario de dicho lugar o región.

Es importante que las cualidades, reputación, calidad u otra característica del producto sean atribuibles a dicho lugar. Habida cuenta de que dichas cualidades dependen del lugar, cabe hablar de "vínculo" específico entre los productos y su lugar de producción original.

Una denominación de origen, además de cumplir con esta vinculación entre el lugar geográfico y la caracterización del producto, necesita acreditar la presencia de factores naturales y factores humanos característicos del lugar de origen de los productos, como técnicas y tradiciones de elaboración específicas. Por lugar de origen se entiende una ciudad, un pueblo, una región, un país, etc.

Estrategia de Apropiación del Valor de la Innovación¹

Algunas razones para proteger las invenciones

- Proteger los productos y/o los procesos industriales proporciona grandes ventajas al titular de un derecho de Propiedad Industrial; si el registro es concedido tendrá los derechos exclusivos para utilizar y explotar la invención durante 20 años en el caso de la patente de invención, y 10 años si se trata de un modelo de utilidad. Otras señalan:
 - Marcar una sólida posición en el mercado y una ventaja competitiva; ya que la invención patentada, reduce la incertidumbre, el riesgo y la competencia de imitadores.
 - Reducir los riesgos de infracción; ya que se puede impedir que otros patenten la misma invención.
 - Aumentar la capacidad de tomar medidas legales con éxito, contra quienes copien o imiten la invención protegida.
 - Acceder a nuevos mercados; ya que la cesión de patentes bajo licencia a otros puede proporcionar este acceso, que de otro modo serían inaccesibles. Sin embargo, la invención debe estar protegida también en los mercados extranjeros correspondientes, para lo cual la solicitud debe ser presentada dentro del año desde la fecha de la solicitud anterior (prioridad) en el país de interés.

La solicitud puede presentarse a través del Convenio de París o el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes PCT, Tratado del cual Chile forma parte desde 02 Junio 2009.
- Obtener ingresos adicionales procedentes de la concesión de una licencia sobre la patente o de su cesión. Como titular de una patente, puede ceder bajo licencia sus derechos sobre la invención a otros, a cambio de sumas fijas y/o regalías, a fin de generar ingresos adicionales para la empresa.

¹ Fuente INAPIPROYECTA

² Fuente: Información tecnológica, www.wipo.int

³ FUENTE: www.inapiprojecta.cl AGENTES – MODULO I

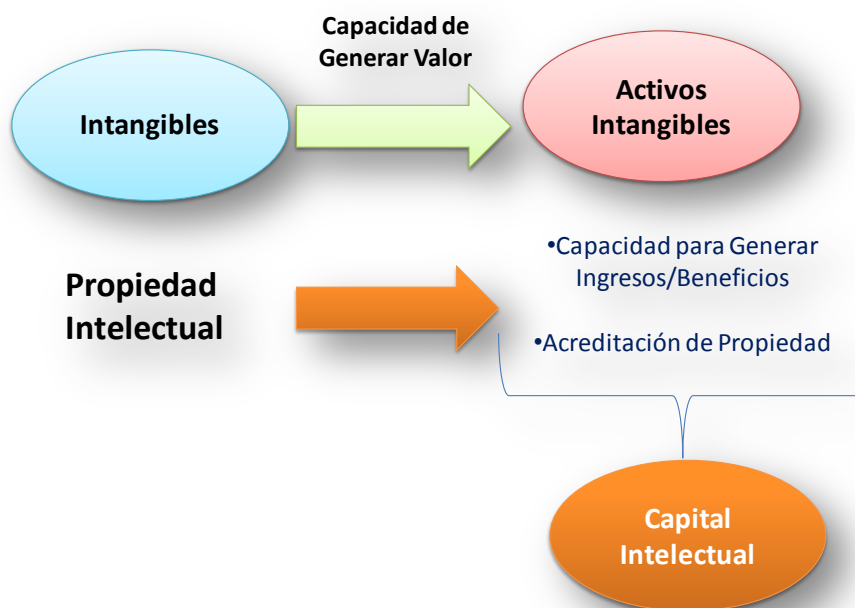
- Aumentar los beneficios y mejorar el rendimiento de las inversiones. Cuando se ha invertido capital y tiempo en I+D, la protección por patente de las invenciones resultantes contribuirá a recuperar los gastos y obtener un mayor rendimiento de las inversiones.
- Dar una imagen positiva a su empresa; publicitar las patentes puede significar proyectar hacia el público una imagen innovadora.

Guía del usuario PCT

http://www.inapi.cl/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=160&lang=eshttp://www.wipo.int/sme/es/documents/guides/technology_licensing.html

Intangibles y el capital intelectual

Todo desarrollo existente en el ámbito propiedad intelectual conforman los intangibles de la empresa. El proceso requerido para generar valor agregado de su existencia es lo que conlleva a la generación de los activos intangibles por medio de una estrategia de protección, comercialización y transferencia, generando lo que se denomina el capital intelectual de la empresa.



Invención e Innovación

Invención es la generación de una nueva idea o de nuevos conocimientos relativos a productos y procesos:

- A veces una invención no es incorporada al proceso productivo.
- La comercialización de una invención depende de los costos para su producción, de la inversión para su comercialización (publicidad, etc.) y del mercado donde será comercializada.

Innovación es la incorporación de nuevos conocimientos en la actividad productiva.

Para que una invención se convierta en una innovación, es necesario el esfuerzo empresarial en el desarrollo, en la producción y comercialización de la invención.

Creación de valor sobre la innovación

Algunas de las acciones que permiten a una empresa la generación de valor sobre la innovación desarrollada son:

- Activos intangibles (estrategia de protección, propiedad intelectual).
- Control de Procesos Complementarios.
- Mejora de Procesos, incorporación al proceso de la empresa logrando mejoras en el rendimiento o eficiencia del mismo.
- Transferencia del conocimiento, estrategia para compartir o ceder por medio de un acuerdo a otras empresas, usuarios o instituciones.
- Capacitación y estrategia de absorción, programa de absorción interna del conocimiento generado, incrementando el conocimiento residente en la empresa y sus trabajadores con el objetivo de potenciar el trabajo habitual o el desarrollo de nuevos proyectos innovadores.
- Tiempo de Liderazgo, asociado al proceso de comercialización de una innovación. Es posible manejar tiempos de liderazgo en el mercado lo cual abre opciones de posicionamiento y reestructuración del mismo en beneficio de la empresa.

Opciones de protección, el Inventor y la Sociedad

Interés del Inventor

La rentabilidad garantizada de la inversión en I + D y el mantenimiento de ventajas competitivas.

Interés de la Sociedad

La disponibilidad de nuevas tecnologías en el mercado (productos y procesos) y el fomento de la economía.

La divulgación formal de la información relativa a las nuevas tecnologías, garantiza el flujo de información para el desarrollo continuo del proceso productivo.



Los Activos Intangibles

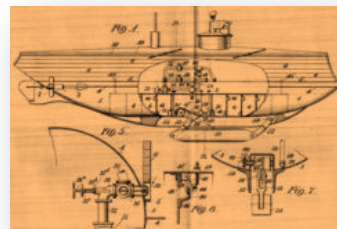
Las Marcas como Activos

- Garantizan que los consumidores distingan los productos.
- Permiten a las empresas diferenciar sus productos.
- Son un instrumento de comercialización y permiten proyectar la imagen y la reputación de una empresa.
- Pueden ser objeto de concesión de licencias y proporcionar una fuente directa de ingresos a través de regalías.
- Representan un factor determinante en los acuerdos de franquicia.



Las Patentes como Activos

- El titular de una patente tiene el derecho de decidir quién puede o no puede utilizar la invención patentada durante el período en el que está protegida.
- El titular de la patente puede dar su permiso o licencia a terceros para utilizar la invención de acuerdo a términos establecidos de común acuerdo.
- El titular puede asimismo vender el derecho a la invención a un tercero, que se convertirá en el nuevo titular de la patente.
- Cuando la patente expira, expira asimismo la protección y la invención pasa a pertenecer al dominio público; es decir, el titular deja de detentar derechos exclusivos sobre la invención, que pasa a estar disponible para la explotación comercial por parte de terceros.



¿ Fabricando Invencciones?

El proceso de creación de una invención puede ser apoyado al menos en cuatro niveles metodológicos: gestión de proyectos, propiedad intelectual, vigilancia tecnológica y metodologías para el desarrollo de ideas e innovación.



USO DE LA INFORMACION Y ESTADÍSTICAS DE PATENTES

Qué tipo de información ofrecen las patentes²

- **Información técnica:** procedente de la descripción y los dibujos de la invención.
- **Información Jurídica:** procedente de las reivindicaciones de la patente en las que define su alcance y su condición jurídica o su vigencia en determinados países.
- **Información de tipo comercial:** que se obtiene a partir de los datos correspondientes al inventor, a la fecha de presentación, al país de origen, etc.
- **Información pertinente para las políticas públicas:** que emana del análisis de la evolución registrada en la presentación de solicitudes de patente y que puede ser utilizada por los formuladores de políticas, por ejemplo, en las estrategias de política industrial nacional.

La Patente Concedida
(Información Legal o Comercial)

X

La Solicitud de Patente
(Información Tecnológica)

¿Cómo?

En un documento de patente se encuentra un conjunto de información normalizada a nivel internacional, lo cual permite su clasificación expedita y su uso para análisis.

Nacionalidad

Año publicación

Inventor (es)

Solicitante (s)

Clasificación Internacional

A01K61/00: Cría o cultivo de peces, cangrejos, langostas, mejillones, esponjas, perlas o similares.

G01B11/4: Disposiciones de medida caracterizadas por la utilización de medios ópticos/-, especialmente adaptados para medir la longitud o la anchura de objetos en movimiento.

Palabras claves: aquaculture and farm*

Abstract of WO 200809773 (A1)

The invention relates to a device which can be used to establish a feeding strategy at a fish farm by evaluating nutritional states and determining growth potential. Prior to the assessment of a specific population, the device can be used to develop a reference growth model for the species in question, for which purpose the device establishes allometric relationships between the data obtained from the images and analyses and processes same using multivariate statistical analysis techniques.

AA Vista lateral (Perfil)
AA ... Side view (profile)

² Fuente: Información tecnológica, www.wipo.int

Supuestos del Análisis de Patentes

La fase inicial que se debe asumir al plantearse desarrollar un análisis es dar respuesta formal a la pregunta ¿para qué lo necesito?, ¿cómo la necesito?, es decir una nómina, detección de casos, un análisis cuantitativo, etc. Para el caso del uso de las patentes sus alcances más fuertes se desarrollan en:

- Identificar las nuevas tecnologías para determinados campos tecnológicos.
- Los resultados son en su mayoría cuantitativos, pero la toma de decisiones se basa en evaluaciones cualitativas.

Por ejemplo, en base al número de patentes solicitadas, es posible identificar áreas de mayor potencial de desarrollo y con ello tomar decisiones de apoyo al desarrollo específico, con la finalidad de potenciar la creación de nuevas tecnologías.



Ventajas del Análisis de Patentes

- Cobertura mundial: la mayoría de los países permite la protección por patentes. Las colecciones de documentos completos se encuentran centralizadas en las oficinas nacionales o regionales de patentes. Muchas de ellas se encuentran en bases de datos gratuitas, disponibles en Internet.
- Las patentes contienen la información tecnológica más actual, con 18 meses de confidencialidad + tiempo para introducir las patentes publicadas en las bases de datos.
- Cubre casi todas las áreas del conocimiento tecnológico, organizadas por la Clasificación Internacional de Patentes, estableciendo criterios objetivos para acceder a los documentos pertinentes
- El documento de patente tiene formato universal, por lo cual los datos bibliográficos son distribuidos de forma normalizada y codificada en campos específicos (códigos INID).

Desventajas del Análisis de Patentes

- Aspectos institucionales: diferencias entre las leyes de patente y los procedimientos, que pueden variar de un(a) país/región a otro(a). Por ejemplo, las patentes de plantas en los Estados Unidos.

- Hay empresas que protegen sus invenciones mediante el secreto industrial(empresarial), sin la necesidad de divulgar la información tecnológica, como requiere la patente.
- Las diferencias en la forma de obtención de patentes producto de la diversidad en cada campo de la tecnología, de la oficina de patentes y del tipo de comercialización, del inventor y de la empresa. Por ejemplo, búsquedas de patentes de compuestos químicos, patentes de aeronaves.
- 18 meses de confidencialidad.

Usos potenciales del análisis de documentos de patentes



Opciones del Análisis de Patentes

- El mapeo de la evolución de tecnologías.
- La identificación de nuevos mercados.
- La identificación de tecnologías emergentes.
- La predicción de nuevos productos.
- La definición de rutas potenciales para la mejora de productos y procesos existentes.
- El seguimiento de la capacitación tecnológica (CIP x Ciudad/Región).
- La identificación de fuentes (solicitantes-empresas/ instituciones/ individuo) para el licenciamiento de tecnologías protegidas por patentes, etc.

Tipos de Análisis

Tendencias Tecnológicas por área

Contenido	Descripción
Evolución anual de las solicitudes	Muestra la cantidad total de solicitudes que se han presentado anualmente en la temática.
Países Líderes	Muestra los países a los cuales pertenecen los titulares que han presentado la mayor cantidad de solicitudes de patentes en la temática.
Titulares líderes	Muestra aquellos titulares que han presentado la mayor cantidad de solicitudes en la temática.
Tecnologías presentes	Muestra todas las áreas temáticas que se relacionan con el ámbito del estudio. Para obtener las tecnologías presentes se deben identificar todos los CIP que están presentes en las solicitudes.
Tecnologías líderes	Muestra aquellas tecnologías que se presentan con mayor frecuencia en la temática. Para obtener las tecnologías líderes es necesario identificar aquellas CIP que se repiten una mayor cantidad de veces, lo que se conoce como recuento.
Tecnologías emergentes	Muestra aquellas tecnologías que han comenzado a surgir en la temática de forma aislada a lo largo de los años. Para obtener las tecnologías emergentes se deben identificar aquellos CIP que menos se repiten en la temática en los últimos años y analizar si hay algún tipo de crecimiento. En este apartado sería interesante analizar entre otros aspectos: a que titular y/o país corresponden estas tecnologías emergentes y si estos son líderes en la temática.
Evolución anual de los titulares	Muestra la evolución anual que han tenido los titulares en la presentación de solicitudes. En este apartado es interesante analizar entre otros, si los titulares han aumentado o disminuido su participación en la temática, titulares que permanecen en los años, aquellos que han desaparecido.
Evolución anual de los países	Muestra la evolución anual que han tenido los países a los cuales pertenecen los titulares de las solicitudes. En este apartado sería interesante analizar por ejemplo: cuales son los países que tienen la mayor cantidad de titulares en la temática, países que han aumentado/disminuido su participación.
Tecnologías que comienza a ser obsoletas	Al contrario de las tecnologías emergente, en este punto se analizará las tecnologías (CIP) que predominaron y luego fueron decayendo, esto puede ser por reemplazo tecnológico entre otros.

Especialización Tecnológica

Áreas de la técnica dominantes	Muestras aquellos CIP que dominan la temática. Para obtenerlas se debe cruzar la información de CIP-CIP, realizando recuento y coocurrencia. De esta forma, se identifican los CIP dominantes y aquellos CIP con los cuales este se relaciona.
Titulares dominantes por área de la técnica	Muestra aquel titular que tiene la mayor cantidad de solicitudes por área de la técnica. Para obtenerlo se debe cruzar la información de los Titulares con las CIP. A esta información también se le conoce como perfil de los titulares.
Países dominantes por área de la técnica	Muestra aquellos países que tienen predominio en la presentación de solicitudes en las áreas de la técnica involucradas en la temática. Para obtenerlo se debe cruzar la información de los países con las CIP. A esta información también se le conoce como perfil territorial de los países.
Especialización técnica de los inventores	Muestra aquellos inventores que predominan en la presentación de solicitudes en las áreas de la técnica involucradas en la temática. Para obtenerla se debe cruzar la información de los Inventores con las 10 primeras CIP

Mapeo del Conocimiento

Contenido	Descripción
Origen del conocimiento (países generadores del conocimiento)	Muestra el/los país(es) en el(los) cuales se está generando el conocimiento relativo a la temática País de la prioridad
Mercado de la tecnología (aplicación del conocimiento)	Entrega información con respecto a los países en los cuales el titular visualiza existe mercado para comercializar la invención. Para obtener la información se debe cruzar la información del país de prioridad con el país de presentación
Redes de cooperación	Muestra si existen redes de trabajo y cooperación entre los titulares que presentan solicitudes en la temática. Para obtener la información se debe cruzar la información de titular con titular.

Prioridad y Familia de Patentes

- Un documento de patente que fue depositado en un país puede ser reivindicado por su titular como prioridad para las solicitudes de patentes en los demás países. La fecha de la solicitud inicial servirá como un límite para la búsqueda por las anterioridades de la materia descrita en el documento anterior.
- Un documento puede presentar más de una prioridad, en el caso que la materia contenida haya sido descrita en más de un documento anterior.
- El conjunto de documentos de diferentes países, que presentan las mismas prioridades o prioridades relacionadas comprenden la familia de patentes. El concepto de familia puede cambiar según la manera como la base de datos clasifica y agrupa los documentos de patente.

La Estrategia PI³

Definición de una estrategia interna en la organización

- Valoración e incentivos.
- Metodos y resguardo de la Información y su difusión.
- Identificación de roles al interior de la empresa.
- Gestión de los creadores del conocimiento protegido.

Evitar copia o reproducción por posibles competidores	Patente de Invención Modelo de Utilidad Diseño o Dibujo industrial
Diferenciarme de mis competidores/crear una "identidad"	Marca comercial Denominación de Origen Indicación Geográfica
Agregar valor a la empresa negociando franquicias, licencias y otros acuerdos mis competidores	Incorporar valor a través de comercialización de licencias y otros acuerdos.
Introducirse en nuevos mercados	Patentamiento en otros países Registro de Marcas en otros países
empresaAumentar el valor comercial de una empresa (por sus activos)	Activos Intangibles en venta o aumento de capital en la empresa

Identificar el Objetivo comercial

³ FUENTE: www.inapiprojecta.cl



Protección

- Definición previa de los mercados en que se pretende proteger.
- Gestión de la solicitud propiamente dicha:
 - Área tecnológica.
 - Redacción de las patentes y respectivas reivindicaciones.
 - Definición de las vías por las cuales se realizará la tramitación de la solicitud pertinente (nacional, PCT, Paris).

Valoración

Tipo de enfoque	Definición	Ventajas	Desventajas
Enfoque basado en los costos	El valor de la patente es igual a los costos de I+D relacionados con la patente.	Útil para la gestión y el control de operaciones.	No es útil para las transacciones financieras porque o bien la cuantía del costo es demasiado elevada, con lo que el valor de la patente es exagerado, o bien la cuantía del costo es demasiado baja, con lo que el valor de las patentes se subestima.
Enfoque basado en los ingresos	El valor de la patente es igual al flujo de ingresos que el titular de la patente tiene previsto obtener durante la vida de la patente.	A los inversores que están interesados en las ganancias de su inversión, les da la información necesaria y, por consiguiente, el valor correcto.	Se requiere una base de datos importante que permita tener una perspectiva fiable de los futuros ingresos durante el período de duración de la patente. Se necesita saber exactamente qué parte de los ingresos de los productos está relacionada con el derecho de monopolio de una patente determinada.
Enfoque basado en el mercado	El valor de la patente es igual al precio de una patente similar que ya haya sido comercializada.	El valor basado en el mercado es siempre el valor más fiable y más sólido que pueda existir para cualquier tipo de activo.	No es fácil recopilar datos de patentes ya comercializadas.
Enfoque basado en opciones.	Aporta flexibilidad a los métodos basados en los ingresos.	Permite determinar el valor de la tecnología patentada desde las primeras etapas de I+D del producto.	Requiere un control económico minucioso en todas las etapas de la I+D.

Comercialización

Existen mecanismos de contratos para comercializar, tales como licencias, franquicias, know how y compra venta. En cada uno de estos mecanismos se transfiere alguno de los atributos del derecho.

Beneficios que puede producir la propiedad intelectual aplicada a la innovación como estrategia de comercialización de una empresa:

- Permite distinguir sus productos y servicios y hacerlos reconocibles fácilmente.
- Permite promover los productos y servicios y lograr tener una clientela fiel a los mismos.
- Permite diversificar la estrategia de mercado para dirigirla a distintos grupos de clientes.
- Permite lograr la comercialización de los productos o servicios en el extranjero.

Licenciamiento

- Generar ingresos a través de la comercialización de los mismos, efectuada a través de las respectivas licencias.
- Generar mayor atractivo para inversores o instituciones financieras, aumentar la competitividad de las empresas en los distintos mercados, mejorar la rentabilidad futura de las empresas, ayudar a disminuir costos de las empresas, mejorar la imagen de la empresa.
- Los activos intangibles como la propiedad intelectual permiten mejoras a la rentabilidad de la empresa.
- Un acuerdo de licencia debe contener a lo menos:
 - Explicitación del objeto o materia protegida.
 - Alcance de la licencia (vigencia territorial).
 - Exclusividad.
 - Precio o regalías.
 - Vigencia y condiciones de término.
 - Controversias, responsabilidades, sub licenciamiento, mejoras y tasas de renovación.

Dominio Público

Podemos utilizar la tecnología existente en los documentos de patentes de dominio público para el país. Esto implica que en aquellos países donde no se ha solicitado protección, las tecnologías son de “**dominio público**”, es decir de libre disposición para particulares de dicho país. También se consideran de “dominio público” las patentes caducadas y abandonadas.

En el caso de Chile esto presenta una gran oportunidad de uso interno de las tecnologías, ya que como muestra la gráfica anexa el 99,7 % de las tecnologías protegidas en el mundo se encuentran como dominio público para nuestro país. Sin embargo, siempre se debe considerar la realización de un proceso de búsqueda y análisis caso a caso, de forma de resguardar que no se infrinjan posibles derechos del propietario de la patente.



Fuente: datos OMPI

Un ejemplo del día a día para Chile son las estufas a parafina con la tecnología de una empresa japonesa Toyotomi que no estaba protegida en Chile, por lo cual con la capacidad para replicar y utilizar la tecnología, es factible su uso en territorio nacional por parte de otras empresas.



Transferencia Tecnológica

La transferencia puede ser de objetos técnicos y/o de conocimientos.

- Transferir conocimiento y habilidades a los sectores educativo, público y privado.
- Impulsar el desarrollo, formación y capacitación de excelencia de los integrantes de las diversas organizaciones e instituciones.
- Incrementar el interés por las actividades de investigación y formación académica en el sector productivo de la región.
- Impulsar la competencia y los beneficios económicos de las instituciones y organizaciones.

En el próximo capítulo comenzaremos a revisar el proceso requerido para el desarrollo de acciones de vigilancia y estrategia empresarial:

“La vigilancia es el esfuerzo sistemático y organizado por la empresa de observación, captación, análisis, difusión precisa y recuperación de información sobre los hechos del entorno económico, tecnológico, social o comercial, relevantes para la misma por poder implicar una oportunidad u amenaza para ésta. Requiere una actitud de atención o alerta individual. De la suma organizada de esas actitudes resulta la función de vigilancia en la empresa. En definitiva filtra, interpreta y valoriza la información para permitir a los usuarios decidir y actuar más eficazmente.

La vigilancia posibilita el desarrollo y ejercicio de la función de inteligencia al velar por la adecuada y precisa difusión y comunicación de la información dentro de la empresa. La utilización de información y conocimiento para la toma de decisiones es el ámbito propio de la inteligencia empresarial o competitiva” (Palop, Vicente, 1999).

La vigilancia tecnológica es una de las miradas posibles de la vigilancia y se encuentra fuertemente vinculada a la gestión tecnológica e innovación, ya que sin mirar el entorno y la historia para plantearse algo nuevo, sería equivalente a considerar que nuestro espacio inmediato es una isla o un planeta aislado, en donde se requiere partir por inventar la rueda.