Ciclo de Innovación y Propiedad Intelectual

Alexander Rafael Morales Méndez

Registrador- Dirección de Propiedad Intelectual del CNR <u>alexander.morales@cnr.gob.sv</u>

Tel: 2593-5151

La Innovación

Consiste en desarrollar una nueva idea y ponerla en práctica.

- Se empieza formulando una idea/concepto novedoso y, paso a paso, se llega al éxito del lanzamiento y la comercialización en el mercado de un producto nuevo o perfeccionado.
- En la actualidad, se suele reconocer que una empresa es competitiva cuando <u>se basa en los</u> conocimientos.

La Innovación

- La innovación tecnológica se puede clasificar en función de distintos elementos: <u>innovación en los productos</u> (NUEVO PRODUCTO) frente a <u>innovación en los procesos</u> (MEJORAR EL PROCESO- REDUCIR COSTOS).
- Uno de los principales objetivos de una empresa que quiere sobrevivir y prosperar en la economía contemporánea es gestionar mejor su innovación que sus competidores.

El Papel de la PI en las estrategias de comercialización de las PYME'S:

¿Cómo puede ser útil la P.I. en el proceso de comercialización de productos?

Para la mayoría de las PYME, la comercialización de sus productos o servicios es un desafío.

La estrategia de comercialización debe establecer un vínculo claro entre los productos o servicios y su PYME, en calidad de fabricante o proveedora de dichos productos o servicios.

Los distintos derechos de propiedad intelectual pueden contribuir a su estrategia de comercialización de distintas maneras:

- Las Marcas: permiten a los consumidores distinguir los productos o servicios de su PYME en relación con los de sus competidores.
- Marcas colectivas: El uso de una <u>marca</u> <u>colectiva</u> permite a las PYME <u>beneficiarse de la reputación adquirida</u>, sobre la base de la <u>procedencia de los productos</u> fabricados o servicios suministrados por distintas empresas.

Distintos derechos de propiedad intelectual pueden contribuir a su estrategia de comercialización de distintas maneras:

 Indicaciones Geográficas: Constituyen una sólida decisión empresarial, para distinguir sus productos de los de otros, <u>aprovechándose de la reputación</u> del <u>origen de los productos</u> y de los conocimientos.

• Dibujos y modelos industriales: Por medio de los dibujos o modelos las PYME, pueden llegar a cautivar distintos grupos de clientes, con la forma o estilo atractivo de un producto, impulsando una ventaja muy necesaria sobre la competencia.

Distintos derechos de propiedad intelectual pueden contribuir a su estrategia de comercialización de distintas maneras:

 Patente: Le permite mostrarse como un Innovador en su campo tecnológico. Ser titular de una patente también ofrece otras oportunidades comerciales, como la concesión de licencias o Transferencia de Tecnologías.

 Modelos de Utilidad: La utilización de los modelos de utilidad, puede resultar un instrumento eficaz para mejorar los productos, con el fin de proporcionar las mismas ventajas o incluso ventajas mayores.

Elaboración de las estrategias de protección

- Muchos productos o servicios nuevos contienen distintos tipos de propiedad intelectual.
- Las empresas con visión de futuro tienen que hacer frente al reto de extraer el valor latente de su propiedad intelectual y utilizarlo eficazmente en su estrategia comercial.
- Las empresas que dedican tiempo y recursos a la protección de sus activos de propiedad intelectual pueden aumentar su competitividad de distintas maneras.

En efecto, la protección de la propiedad intelectual les ayuda a:

- Impedir a que los competidores copien o imiten los productos.
- Crear una identidad como empresa constituida en sociedad de capital, gracias a una estrategia basada en marcas, patentes, diseños y modelos de utilidad registrados.
- Negociar licencias, franquicias u otros acuerdos contractuales basados en propiedad intelectual.
- Aumentar el valor comercial de la empresa;

En efecto, la protección de la propiedad intelectual les ayuda a:

Adquirir financiamiento; y

Introducirse en nuevos mercados.

Toda empresa que realiza una <u>búsqueda sistemática</u> de activos de propiedad intelectual de terceros, logra evitar <u>conflictos</u> y <u>litigios</u>, ahorrando así <u>tiempo y recursos</u>.

CASOS DE EXITO

Marcas – Marcas Colectivas – Indicaciones geográficas





Marcas Colectivas de productos agroindustriales











El Sabor de tu tierra





<u>Marcas salvadoreñas de productos agroindustriales</u> <u>de exportación</u>



Cl. 31



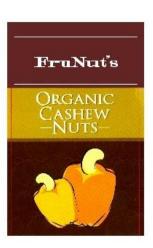
Cl. 29, 30, 31, 32



Cl. 31



Cl. 30, 31



Cl. 29



CI. 31

