



AMÉRICA LATINA

Importancia de los derechos de propiedad intelectual para las pymes

Bente Waldstrøm
| CITY | DATE

www.ipkey.eu



Financiado por la Unión Europea
Financiado pela União Europeia



Bajo la dirección de la Comisión Europea, IP Key es un programa gestionado por la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea.
Sob a direção da Comissão Europeia, IP Key é um programa gerido pelo Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia



Importancia de los derechos de propiedad intelectual para las pymes

La perspectiva europea y latinoamericana

Bente Waldstrøm
| CITY | DATE



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia

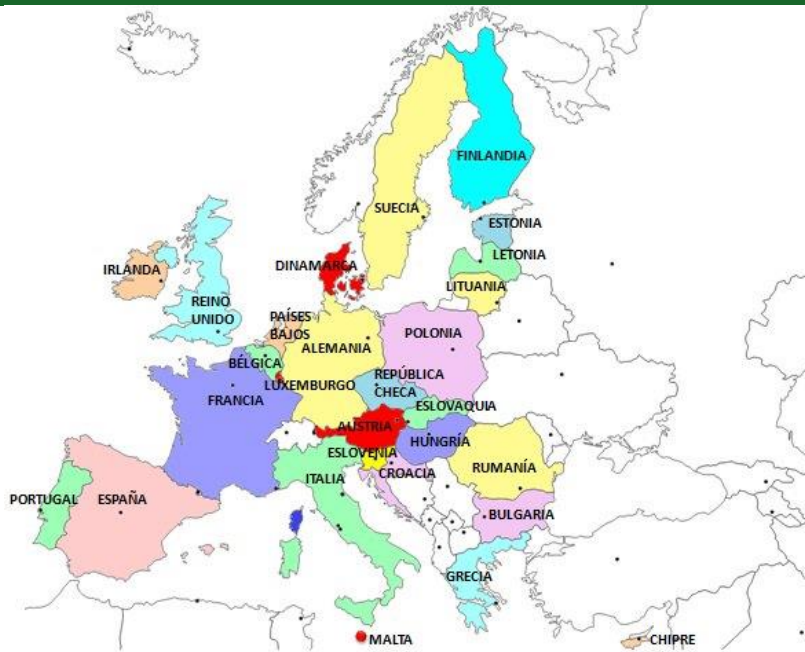


Pymes: Cómo aumentar el valor de sus activos comerciales

Agenda

- Tema 1. Introducción a las pymes.
Los principales desafíos para las pymes. (45 min)

Introducción a las pymes de la UE



28 Estados miembros
23 lenguas
513 millones de personas
4 475 757 km²



€

La eurozona: 19 Estados miembros



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia

Las pymes en la Unión Europea

Categoría de empresa	Empleados	Volumen de negocios	Balance general total
Micro	< 10	< 2 millones de euros	< 2 millones de euros
Pequeña	< 50	< 10 millones de euros	< 10 millones de euros
Mediana	< 250	< 50 millones de euros	< 43 millones de euros

Las pymes actúan, principalmente, en los siguientes sectores:

- Alojamiento y servicios de restauración [alimentación]
- Servicios de negocios
- Construcción
- Fabricación
- Comercio al por mayor y al por menor (25%)

→ 71 % del total del valor añadido de las pymes en la UE

→ 77 % del total del empleo de las pymes en UE



Introducción a las pymes de la UE

En 2017, más de 24 millones de pymes generaron 7,3 trillones de euros de valor añadido y emplearon a 142,6 millones de personas.

- Las pymes constituyen un 99,8% de todas las empresas.
- Las pymes crean el 66,4 % de todo el empleo.
- Sus exportaciones de bienes han aumentado un 20 % desde 2012.

El 50 % de las pymes realizan alguna actividad innovadora.

Las pymes que innovan son más propensas a tener un perfil de negocio más fuerte y a exportar que aquellas que no innovan.

Conociendo a las pymes de la UE

Las pymes que son titulares de derechos de propiedad intelectual...

- normalmente, generan ingresos un 32 % mayores por empleado,
- tienen 6 veces más empleados, y
- pagan salarios hasta un 20 % más altos

... que aquellas que no tienen propiedad intelectual.



Innovar conlleva un alto riesgo («Valle de la Muerte»)

- La PI puede mitigar este riesgo

El 9 % de las pymes son titulares de derechos de PI

¿Porqué no protegen sus innovaciones?

Pymes: Conclusiones econométricas más destacadas

Razones por las que las pymes no protegen su PI

- Creen que sus activos no son lo suficientemente innovadores.
- La falta de conocimientos sobre la protección de la PI.
- La falta de beneficios adicionales mediante la protección de la PI.
- La protección de la PI es demasiado costosa y onerosa, y tendería a retrasar el lanzamiento de productos y servicios.
- **Los costos de los litigios por infracciones son percibidos como prohibitivos,** incluso entre las pymes innovadoras que tienen una buena percepción de la PI.



Conclusiones econométricas más destacadas

Lo que les falta

Conocimiento

Fondos

Falta de tiempo

Caso práctico: Juke 8

La PI es una inversión, no un gasto:

Si hay actividades de investigación y desarrollo... ¡no debes olvidar la propiedad intelectual!



Conclusiones econométricas más destacadas

Condiciones para considerar la protección

- Reducir costes
 - Proceso más fácil de acceder
 - Proceso más fácil de entender
 - Sentirse seguro de recibir la protección adecuada
-
- Más de un tercio de todas las pymes quieren obtener información sobre PI
 - Internet es su medio preferido para buscar información



Conclusiones econométricas más destacadas

¿Quienes registran derechos de PI y por qué?

Quienes

Las pymes titulares de PI son más propensas a ser innovadoras en cuanto a productos y *marketing*, a situarse en la franja de tamaño más grande de pymes (50-249 empleados) y a generar su facturación a partir de una estrategia de internacionalización.

Por qué

1. Evitar las copias
2. Mayor seguridad jurídica
3. Aumentar el valor y la imagen de la empresa

Casi un tercio de las pymes que protegen su PI declaran haber sido afectadas por vulneraciones.

El panel de la UE de pymes e innovadores : sus desafíos

La primera reunión tuvo lugar en diciembre de 2017

- 12 Estados miembros de la UE
- Empresas con antigüedades entre 12 meses y 25 años
- Sectores: industria de la moda, sector farmacéutico, electrónico, desarrollo de software, servicios de consultoría, formación, biotecnología
- Facturación entre 0 y 5 millones de euros
- En distintas etapas de su ciclo de su vida



Funded by the European Union
Financiado pela União Europeia



El panel de la UE de pymes e innovadores : sus desafíos

Comentarios del panel acerca de la información sobre la PI

- La información debe de ser simple, clara y concisa.
- Diferentes niveles de detalle, para profundizar en caso de necesidad.
- Explicar mejor por qué las pymes necesitan la PI.
- Prestar asistencia 24/7, 365 días al año.
- Más narrativa y casos prácticos.
- Necesitan una herramienta para ayudar a identificar y rastrear sus activos de PI.



El panel y conclusiones principales de estudios econométricos

Desafíos no relacionados con la PI

- Acceso a la financiación
- Encontrar y retener clientes
- Encontrar mano de obra cualificada
- Competidores



Toda estrategia empresarial de las pymes innovadoras debería incluir una estrategia de PI



Pymes: cómo aumentar el valor de sus activos comerciales

Agenda

Tema 3. El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes: elaboración de estrategias de protección, auditorías de PI, concesión de licencias, transferencia de tecnologías (30 min).

[El Salvador (20 min.)]



El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

La mayoría de las pymes no tiene estrategia de PI

Problemas más comunes

- No hay acuerdo sobre obras comisionadas.
- Los contratos del personal no están actualizados.
- Uso de imágenes de internet.
- Licencias de software incorrectas.
- Las obras no incluyen un aviso de derechos, p. ej. el símbolo ©.
- Falta de asesoramiento profesional.
- No perciben los activos intangibles como un parte de su estrategia empresarial.

The Amazon logo is displayed on a black rectangular background. It features the word "amazon" in a white, lowercase, sans-serif font. Below the text is a curved orange arrow that starts under the letter 'a' and points towards the letter 'z'.


La PI se compone de un conjunto
de herramientas



El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

La mayoría de las pymes no tiene estrategia de PI

Activos intangibles

- A menudo son olvidados o desconocidos
 - Potencialmente muy valiosos
 - Difíciles si se gestionan mal
- 
- Aproximadamente 90 000 euros en regalías (*royalties*) al año desde 1978
 - Los derecho de autor expira el 31.12.2081
 - Saxofón de Raphael Ravenscroft



El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

Los principales desafíos para las pymes y el papel de la PI

1. Encontrar y retener clientes
2. Encontrar personal cualificado
3. Competidores
4. Acceso a financiación



El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

1. Encontrar y retener clientes

- Una marca fuerte conduce a la obtención de renombre
- La PI ofrece una protección legal fuerte
- Fidelización del cliente – evitar confusiones e imitaciones
- Medidas y acciones contra las vulneraciones y las falsificaciones
 - Enforcement Database, ACIST, ACRIS
 - Retirar copias de internet



El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

2. Encontrar personal cualificado

- El personal se siente atraído por una imagen sólida
- El sueño de formar parte de una empresa «unicornio»



- Fomentar la cooperación con otras empresas o las universidades
 - Transferencia de tecnología



Transferencia de tecnología

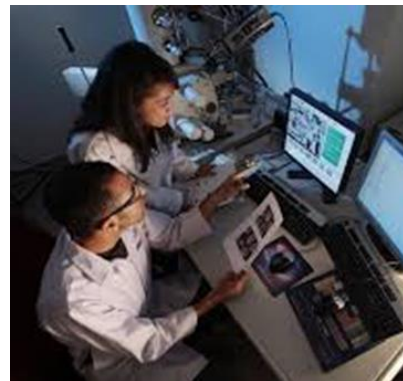
Desbloquear conocimientos valiosos y comercializar conceptos e ideas innovadoras

Las pymes a menudo carecen de los medios para

- poner su tecnología a disposición de otros
- adquirir tecnología para fortalecer su negocio

Las iniciativas de transferencia de tecnología deben fomentar un ambiente en el que...

...el conocimiento valioso satisfaga la necesidad de ese conocimiento.



Transferencia de tecnología



Desafíos:

- Muchos niveles: una innovación puede basarse en una serie de derechos ya existentes.
- Conocimiento/entendimiento: información pública sobre el valor comercial de la innovación.
- Complejidad: la innovación puede ser muy detallada y tener múltiples inventores (contratación).
- Falta de concienciación sobre el valor de la PI y las regalías (*royalties*) correspondientes.
- Falta de masa crítica de activos intangibles comercializados – alcance global.
- Dimensiones culturales.

Propuestas:

- Darle la vuelta: dirigirse a los asesores y a la Red Europea para las Empresas antes que a las pymes.
- Ecosistemas locales y regionales con un enfoque holístico (fondos estatales).
- Limitar la carga administrativa.
- Más testimonios de éxito.



El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

3. Competidores

- Las marcas aportan valor – Porsche, Louboutin
- Barreras más fuertes para frenar la entrada de competidores
- Libertad para operar – autorizaciones para la utilización de patentes
- Libertad para hacer negocios – búsquedas y encuestas
- Secretos comerciales – recetas, procesos, bases de datos de clientes, algoritmos



TMview

LATIPAT

Espacenet
Búsqueda de patentes
Un servicio en cooperación con la OEP

DesignView

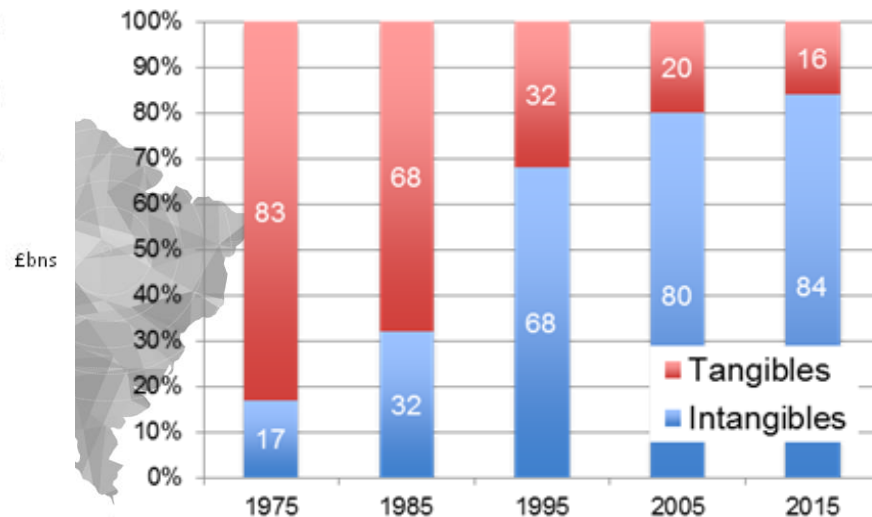
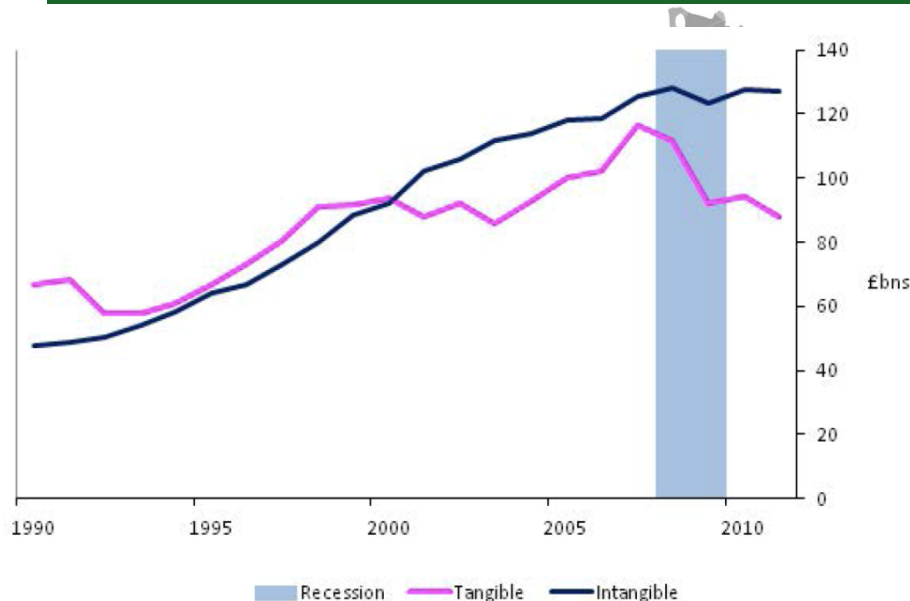
El papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

4. Acceso a financiación

1. Concesión de licencias.
2. Programas informáticos y obras creativas comisionadas o vendidas.
3. Recaudar fondos – activos intangibles en el balance.
4. Financiación colectiva.
5. Fusiones y adquisiciones. Salida del mercado.
6. Información estratégica de negocios.



La moneda de la economía del conocimiento



El gráfico de la izquierda muestra el crecimiento de la inversión en activos intangibles en los EE.UU. y en Europa en proporción al PIB. El gráfico de la derecha muestra los activos tangibles en el balance como un porcentaje del valor de las compañías cotizadas en los EE.UU.
Fuentes: INTAN, From Capitalism without Capital, 2017; Ocean Tomo, 2016.

Fortalecer la visión empresarial

Auditorías de la PI

Analizan las innovaciones de las empresas para facilitar a las pymes un mejor entendimiento de los beneficios que pueden obtener a través de sus activos intangibles.

- Se ofrecen en toda la UE por medio de socios estratégicos de la Oficina Europea de Patentes y de la Comisión Europea.
- Servicios procedentes de Austria, Francia y Serbia.
- Gratuitos para las pymes (que cumplan los requisitos).
- Todos los tipos de derechos de PI (registrados y no registrados).
- No es un servicio de búsquedas ni de solicitudes de registro.



Convierta la PI en parte de su estrategia empresarial

Datos y conocimiento acerca de las pymes

Seguimiento y medición del uso de la PI por parte de las pymes

«Prediagnóstico de propiedad intelectual» en el marco de la iniciativa sobre las empresas emergentes y en expansión de la Comisión Europea; cooperación con la OEP para recopilar información acerca del uso de los servicios de prediagnóstico de la PI por parte de las pymes.

« Barómetro sobre las pymes», actualizado, para conocer mejor las necesidades de las pymes a través de preguntas individualizadas. Los resultados estarán disponibles en septiembre de 2019.



Pymes: cómo aumentar el valor de sus activos comerciales a través de la PI

Agenda

- Tema 5. Claves para negociar con pymes de la Unión Europea (30 min). El Salvador.

El Papel de la PI en las estrategias de comercialización de las pymes

Internacionalización

- El 90 % de la actividad comercial de la UE con el resto del mundo corresponde a los sectores intensivos en DPI.
- Las empresas que gestionan DPI tienen un 10 % más de probabilidades de tener un volumen de negocios en el extranjero.

Los datos son aún mejores en el caso de las exportaciones de las pymes a los socios de los ALC de América Central y del Sur, así como a los países del Caribe. Las exportaciones de las pymes a México y a Chile crecieron ampliamente en un 20 % y un 25 %, respectivamente. Las pymes también constatan un crecimiento de las exportaciones a otros países de América del Sur, aunque a una tasa inferior del 12 %.

Claves para negociar con las pymes de la Unión Europea

Acuerdos de libre comercio firmados por la Unión Europea

Region	Share of the region in total extra-EU exports, % in 2015	Share of SMEs in exports with the region, % in 2015	Total exports, % change 2015 /2014	Exports by large enterprises % change 2015 /2014	Exports by SME, % change 2015 /2014	Number of exporting SMEs, % change 2015 /2014
Iceland, Norway, Switzerland ¹	8.77%	34%	6%	5%	8%	3%
Turkey ²	3.28%	30%	7%	5%	11%	3%
Other European non-EU countries**	17.11%	36%	-4%	-6%	-1%	0%
Algeria, Egypt, Morocco, Tunisia ³	2.33%	45%	7%	1%	15%	4%
Other African Countries***	4.89%	42%	-1%	-7%	11%	-2%
Mexico ⁴	1.60%	32%	17%	15%	20%	7%
Central America and Caribbean ⁵	2.27%	37%	21%	18%	25%	5%
Chile ⁶	0.39%	35%	16%	11%	25%	6%
Other countries of South America****	2.87%	33%	-4%	-10%	12%	-4%
Israel ⁷	0.65%	31%	8%	3%	15%	5%
All extra-EU trade, except the FTAs named above	80.71%	24%	5%	3%	13%	n.a.

Claves para negociar con las pymes de la Unión Europea

Barreras a la exportación percibidas

Barreras externas:

- Falta de conocimiento de los mercados extranjeros y sus oportunidades.
- Desconocimiento de las normas a seguir.
- Se conocen las normas, pero los procedimientos administrativos son excesivamente complejos.
- Las cuestiones fiscales en el extranjero son muy complicadas.
- Los costes de las resoluciones de litigios y de las reclamaciones transfronterizas son demasiado altos.
- Es muy difícil identificar socios comerciales en el extranjero.

Barreras internas:

- No hay personal especializado en cuestiones de exportación.
- Falta de conocimiento de idiomas.
- La magnitud de la inversión necesaria para atender a los mercados extranjeros.
- Tiempo.



Claves para negociar con las pymes de la Unión Europea

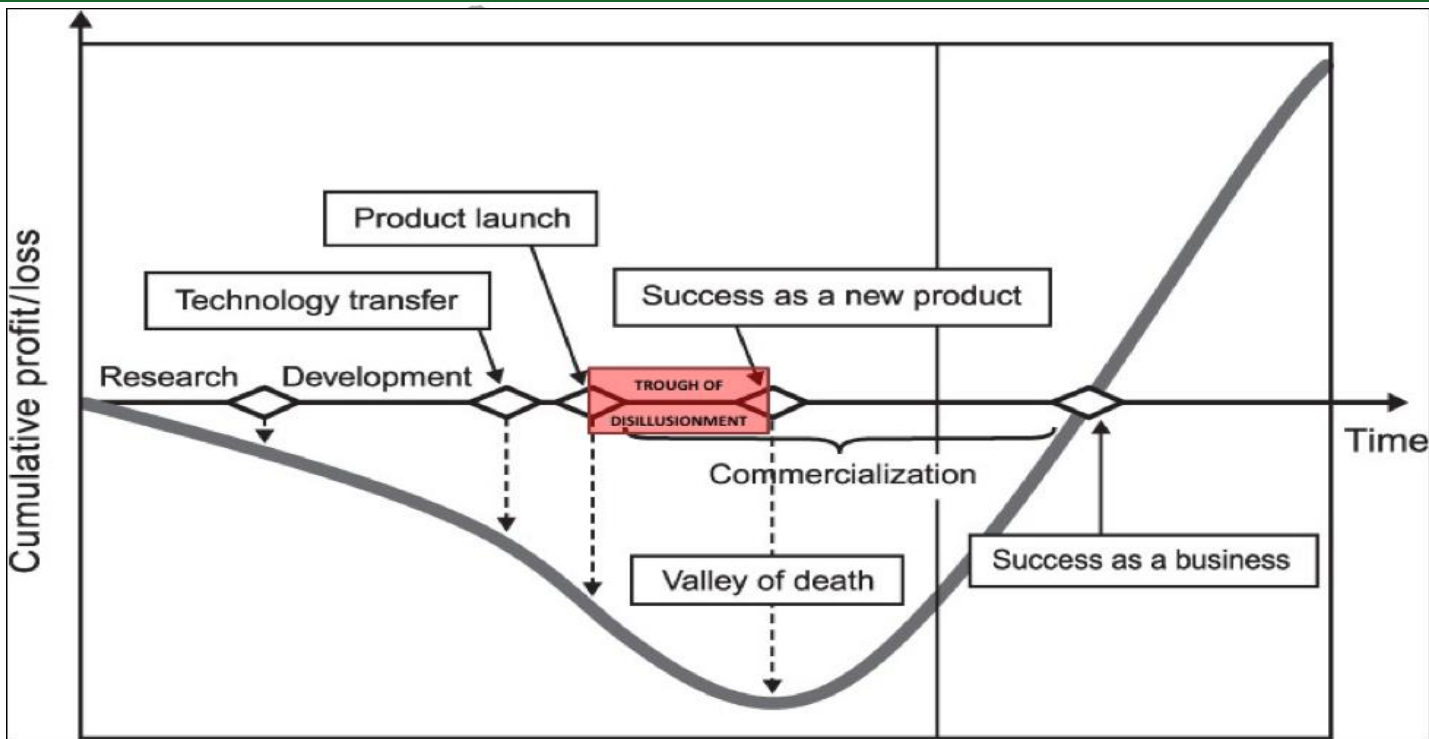
Los DPI son un conjunto de herramientas que las entidades creativas e innovadoras pueden utilizar en su beneficio.

Servicios enfocados a los negocios globales and locales

- Información simple y fiable en línea. Sin jerga jurídica. «¿En qué me beneficio yo?»
- Herramientas de registro fáciles de usar: empresa, impuestos, personal, domicilio, seguros
- IPR Helpdesk – embajadores
- A nivel más local – Cámaras de Comercio
- Redes de apoyo e información sobre buenas prácticas y procedimientos

Las pymes utilizan internet para informarse y hacer *marketing* pero, ante una amenaza para su negocio, prefieren recibir asesoramiento personalizado.

El Valle de la Muerte



Licencias – nociones básicas

- La concesión de licencias es la compra de propiedad intelectual adicional.
- Es posible que tenga que pagar licencias para evitar vulneraciones.
- Las licencias pueden ser patentes únicas pero, a menudo, consisten en un paquete de derechos, a veces concedidas por diferentes partes.
- La cesión de licencias es proporcionar su propiedad intelectual a otros para que la utilicen y la vendan.
- Es una forma rentable de llegar a países y mercados que son potencialmente lucrativos pero que no son el núcleo de su negocio.
- Puede celebrar acuerdos de licencias por separado para diferentes usos, mercados y territorios, durante períodos de tiempo variables, exclusivas o no exclusivas.
- Concesión de licencias: llegar a un acuerdo acerca del seguimiento de ventas/inventario y de las regalías, así como acerca de las auditorías.



La anatomía de una licencia

<u>Definición de la PI objeto de la licencia</u>	<u>Alcance de la licencia</u>	<u>Posibilidad de conceder sublicencias</u>
	Limitada a un territorio, sector, uso, fabricación	
<u>Naturaleza de la licencia</u>	<u>Duración de la licencia</u>	<u>Transferible o no transferible</u>
única/exclusiva/no-exclusiva	Puntual, meses, años	
<u>Opciones de salida</u>	<u>Condiciones de pago</u>	<u>Condiciones para garantizar que el licenciataria se esfuerce al máximo</u>
Cláusula de baja por incumplimiento	Pago por adelantado	Comercialización, fabricación, calidad, etc.
Términos, obligaciones importantes, violación de la confidencialidad, etc.	Plazos	
<u>Garantías e indemnizaciones, derechos de auditoría</u>	Regalías (<i>royalties</i>)	
	<u>Términos en caso de vulneración</u>	<u>Rescisión</u>
	¿Quién es el responsable de ejercitar los derechos contra eventuales infractores?	
<u>Solución de litigios</u>	<u>Trasposos del control</u>	<u>Normativa aplicable</u>

Licensing fees

- **Pagos por adelantado**
 - Por lo general, relativamente modestos
- **Regalías (*royalties*)**
 - Basadas en el volumen de negocios o por unidad vendida
 - El beneficio es demasiado fácil de manipular
 - ¿Y si las ventas no son las esperadas o el licenciatario se apropia de la tecnología?
 - Pagos mínimos de regalías / cláusulas de rescisión
- **Tarifas de las regalías (*royalties*)**
 - Cuestión de negociación
 - Estándares de la industria
 - Dónde encontrar las tarifas estándar





www.euiipo.europa.eu



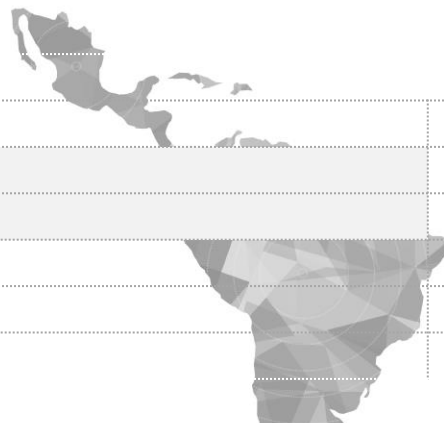
@EU_IPO



EUIPO

Thank you





Presentation

Status DRAFT / APPROVED

Approved by owner

-

Authors

-

-

Contributors

-

-

Revision history

Version	Date	Author	Description
0.1	DD/MM/YYYY		
0.1	DD/MM/YYYY		
0.1	DD/MM/YYYY		