

# **LA PROTECCION DE LA INNOVACION Y LOS NUEVOS PRODUCTOS.**

**AUTOR: CARLOS MENDOZA ORTEGA**

**MAYO: 2021**



## Contenido

Introducción.....	2
Nuevos productos:.....	3
De acuerdo a Passola y Castells:.....	3
Las patentes:.....	4
Conclusiones y recomendaciones.....	6
Conclusiones:.....	6
Recomendaciones:.....	6
Referencias bibliográficas.....	7



## Introducción

En un contexto en que los mercados son cada vez más cambiantes y globales, la necesidad de proteger los productos o de afirmar y conservar la propiedad de los procesos e innovaciones es importante para mejorar la posición competitiva. Muy frecuentemente, empresas que han tardado años en desarrollar y madurar sus productos se dan cuenta de que están siendo copiadas por sus competidores. También a menudo no pueden introducirse en otro país con su propia marca porque otros han registrado allí su nombre. La propiedad intelectual y la propiedad industrial registran estas situaciones y sirven para que se cumplan las leyes que protegen al primero que ha desarrollado una creación o un producto, un servicio o un proceso. Las protecciones aparecen en el mundo económico como un incentivo para la innovación. Sin la protección que ofrece la patente ninguna empresa estaría dispuesta a efectuar los grandes gastos necesarios para desarrollar una innovación, sabiendo que ésta puede ser copiada inmediatamente. Las patentes inscritas en el registro de la propiedad aseguran que los resultados de un proyecto de investigación se pueden proteger de su explotación por otras empresas y evitan que se repitan desarrollos ya efectuados, duplicando esfuerzos. Desde el punto de vista de la economía empresarial, las patentes, representan un activo intangible de difícil valoración. No sólo son patentables los inventos o innovaciones, sino también la mejora de procesos y equipos, especialmente si reducen el consumo energético o las emisiones contaminantes. También las nuevas aplicaciones de productos o procesos.

## Nuevos productos:

**“LOS PROBLEMAS SURGEN POR EL HECHO DE QUE LA EMPRESA Y EL CONSUMIDOR NO VEN DE LA MISMA MANERA LA INNOVACIÓN EN LOS NUEVOS PRODUCTOS”.**

El lanzamiento al mercado de un nuevo producto representa la culminación de un largo proceso. La idea inicial se ha materializado en un producto que, si tiene éxito, se convertirá en una innovación. Esta consideración de nuevo para un producto difiere según los diferentes puntos de vista de la empresa y del consumidor. Para la empresa, a menudo los nuevos productos son un cambio o una variación de los componentes de una línea de productos determinada. Para el mercado, un nuevo producto es un bien o una utilidad que hasta ahora no existía y que reporta al consumidor una

serie de beneficios concretos. Desde el punto de vista del marketing, la innovación se ve como «la creación de la necesidad del consumidor de hacer una compra de prueba para mejorar respecto a los productos anteriormente utilizados por él». Desde este enfoque, la innovación quiere decir una nueva visión cualitativa más que una percepción cuantitativa. La empresa debe comercializar nuevas ideas y nuevos conceptos más que nuevos productos.

### De acuerdo a Passola y Castells:

“Los problemas surgen por el hecho de que la empresa y el consumidor no ven de la misma manera la innovación en los nuevos productos” (2016).

Aquello que la empresa considera un nuevo producto puede no ser contemplado así por los consumidores. Por ejemplo, la empresa puede cambiar las fórmulas de los productos sin que el usuario se entere, como ocurre en el mercado de los medicamentos o de los compuestos químicos. Y al revés, mediante operaciones de publicidad y mercadotecnia lanzar un mensaje que convierta a un producto en totalmente nuevo, cuando solo se trata sólo de un producto antiguo reposicionado. No todos los productos tienen las mismas características frente al usuario. Si hay muchos productos diferentes, es lógico que a cada uno le convenga un determinado programa de marketing.

Entonces una vez definido el producto, es importante conocer cuál es el camino para seguir desde que se ha detectado su necesidad en el mercado hasta que se efectúa el lanzamiento.

## Las patentes:

El estado otorga la protección que permite la exclusividad de la venta, fabricación y comercialización al autor de la innovación. A cambio consigue que el nivel técnico del país mejore, a causa de la obligación de que la patente se materialice en un determinado período de tiempo. La patente debe estar escrita en unos términos que hagan posible que un experto medio en la materia pueda ejecutarla con la descripción del solicitante. Las diferencias entre el modelo de utilidad y la patente se basan principalmente en el grado de novedad; mientras que en la patente debe ser mundial, en el modelo de utilidad debe ser nacional como mínimo. La diferencia también está en el tiempo de protección; mientras que la patente rige durante veinte años desde la presentación de la solicitud, el modelo de utilidad solo dura diez años. Una vez acabado este tiempo, cualquier persona puede utilizar la invención, considerada de dominio público. Los derechos sobre las patentes los tiene el inventor o quien haya conseguido los derechos de la invención. En el caso de una invención hecha por varias personas, se da prioridad a quien haya registrado primero la patente, a diferencia del sistema americano, que premia al que primero ha realizado la invención. Si son varias personas las que han realizado la innovación en cooperación, el derecho de patente pertenecerá a todas ellas de manera colectiva. Normalmente el titular de la patente es el empresario responsable del asalariado que hizo la innovación, si bien el inventor tiene derecho, en principio, a una remuneración justa.

Principales instrumentos.

Los distintos derechos de protección industrial comportan y legislan el derecho en exclusiva de explotación temporal de un conjunto de conocimientos, signos o símbolos. Las distintas variedades de la propiedad industrial se pueden agrupar en torno a las invenciones, los signos distintivos y el diseño industrial:

Las invenciones se protegen mediante las patentes y los modelos de utilidad, que son títulos otorgados por el Estado que dan a su titular el derecho de impedir temporalmente a otros la fabricación, venta o utilización comercial.

La siguiente variedad es la de los signos distintivos, tanto de la empresa como de los establecimientos, los productos o los servicios. Se trata de las marcas y los nombres comerciales.

Finalmente, las creaciones de forma, o, en otras palabras, el diseño industrial, se protegen mediante los modelos industriales, cuando los diseños se refieren a cuerpos en tres dimensiones y los dibujos industriales, cuando tienen sólo dos dimensiones.

Casi todas estas posibilidades de protección se dan en la mayoría de los países, pero existen otras alternativas. Si se considera la patente como el elemento de referencia en lo que a protección de las innovaciones se refiere,

se encuentran otros caminos que permiten tanta o más eficacia, aunque presenten algunas limitaciones. La alternativa más importante es el secreto industrial o know how. Esta palabra, de origen inglés, indica que la empresa conoce el funcionamiento de un proceso que le otorga ventaja competitiva respecto a otras empresas que aún no disponen de estos conocimientos. El know-how se puede definir como un conjunto de conocimientos técnicos, industriales o comerciales, no patentados, de carácter secreto y de un cierto valor para la empresa. Escoger entre la protección registrada (patente) o el secreto es una elección que debe ser objeto de una cuidadosa reflexión. Los factores más importantes que hay que tener en cuenta para poder elegir son el ciclo vital de la tecnología, la probabilidad de obtener la patente solicitada, la disponibilidad financiera de tener y mantener patentes en distintos países, etc. Es evidente, por otra parte, que no es posible mantener el secreto de los inventos incorporados en productos, ya que éstos serán comprados y analizados con el máximo detalle por los competidores.

**Para este modulo se debe realizar la lectura de la pagina 238-265, del tema: la protección de la innovacion. Además de la pagina 191-231, del tema Nuevos productos del libro: Valls Pasola, J. y Escorsa Castells, P. (2016). Tecnología e innovación en la empresa. Universitat Politècnica de Catalunya.**



## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones:

La propiedad industrial a diferencia de los derechos de autor, no le pertenece a que lo haya creado si no a quien tenga un certificado que así lo diga.

Las patentes son herramientas que desarrollan la investigación, el desarrollo, el desarrollo tecnológico y la generación de nuevos productos, apalancándose de la competitividad adquirida gracias a la protección de la innovación generada.

### Recomendaciones:

Cuando se lanza un nuevo producto se debe trabajar en certificaciones y patentes de explotación que respalden la solución ofrecida, ya que son de las iniciativas que mas valor generan en el mercado.

## Referencias bibliográficas

- Valls Pasola, J. y Escorsa Castells, P. (2016). Tecnología e innovación en la empresa. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Anzola, I. (2018). Administración innovación y conectividad. Ecoe Ediciones.
- Ahmed, P. (2015). Administración de la innovación. Pearson Educación





[www.usanmarcos.ac.cr](http://www.usanmarcos.ac.cr)

San José, Costa Rica