

ANUARIO

2010

**La propiedad intelectual
y las pequeñas y medianas
empresas (PYMES).**

Dr. Jorge Rodríguez Martínez

La propiedad intelectual y las pequeñas y medianas empresas (PYMES)

Dr. Jorge Rodríguez Martínez

Universidad Autónoma Metropolitana, UAM-A, CYAD , México D.F.
correo: rmj@correo.azc.uam.mx

Introducción

La evolución de la humanidad, que en parte se debe a los avances de la ciencia y la tecnología, se ha basado en tres revoluciones que han servido para satisfacer las necesidades de incontables generaciones y sus deseos por una mejor calidad de vida: el descubrimiento de la agricultura, la revolución industrial y la revolución de las nuevas tecnologías. Esta última ha permitido el surgimiento de la llamada “sociedad de la información”, aunque ciertamente el término “sociedad del conocimiento” le hace más justicia, porque todo conocimiento se basa en información, sin embargo la información por sí sola no genera el conocimiento.

Este nuevo tipo de sociedad se distingue por el surgimiento de las tecnologías de la comunicación e información (TIC), y su influencia en la manera de trabajar, comunicarse, comprar, viajar, interactuar socialmente¹ y divertirse en millones de personas. Estos cambios tecnológicos han venido acompañados de un proceso de internacionalización de la economía de países y regiones. A partir de la década de los 80, las compañías grandes han buscado disminuir su tamaño (*downsizing*) y subcontratar (*outsourcing*) todas las actividades que no son prioritarias; situación que ha beneficiado a empresas pymes que han encontrado la oportunidad de internacionalizar sus actividades. La lucha por los mercados nacionales e internacionales es cada día más intensa; productos y servicios cada vez más sofisticados compiten por poder exhibirse en los anaqueles, o por conquistar la mente de los consumidores, para lograr ocupar un espacio en los hogares, oficinas, o en los espacios públicos.

Las compañías en la actualidad se enfrentan a varios retos: ciclos de vida de los productos y servicios son cada vez más cortos; existe poca lealtad de parte de los consumidores; las compañías se encuentran bajo constante presión por parte de los competidores (tanto actuales como potenciales), y de los consumidores por lanzar al mercado nuevos productos y servicios con mejor diseño, calidad y precio adecuado. La mejor estrategia ante estos desafíos es la creatividad para generar nuevas ideas; sin embargo, para que estas ideas se conviertan en innovación, es necesario un proceso económico para explotar comercialmente las ideas. De la innovación depende el futuro económico de bloques comerciales, países, empresas e individuos.

1 Este es el caso de las llamadas redes sociales, como el Facebook, o Twitter, por mencionar sólo algunas.

Tradicionalmente se consideró que la innovación eran sólo los descubrimientos surgidos de laboratorios de investigación y desarrollo realizados por científicos de bata blanca. Sin embargo, esta visión tradicional está cambiando, hay que señalar que según el Manual de la OCDE² (2005) existen varios tipos de innovación: la tecnológica -ya mencionada- y la no tecnológica. Esta última comprende los productos o servicios que tienen un elemento de novedad, como nuevas maneras de administrar un negocio, nuevos métodos de trabajo, métodos organizacionales o innovaciones de mercadotecnia que son susceptibles de protegerse por el sistema de propiedad intelectual.

El futuro de los países, sectores económicos, empresas y hasta de personas, depende de desarrollar una estrategia innovadora y explotar comercialmente la ventaja que esto les genera. La innovación puede surgir también de una contradicción, como es un problema que no está resuelto por los productos actuales y que por lo tanto representa una oportunidad, tal vez un nicho de mercado no atendido. Estas necesidades no resueltas pueden ser de diferentes tipos, como hacer un producto más sencillo de operar; que su funcionamiento sea más rápido; con mayor capacidad de almacenamiento; más compacto; centrado en el usuario (*user-friendly*); más ligero y compacto o que opere no de manera individual, sino que se “comunique” con una familia de productos. Una iniciativa que vale la pena consultar para resolver problemas de una manera creativa e innovadora es el *Triz Journal*, que plantea una matriz de contradicciones y 40 principios para hacerlo (www.triz-journal.com).

El British *Design Council* publicó resultados del *Cox Review* en el 2005 donde menciona la diferencia entre la creatividad y la innovación. La creatividad es la generación de nuevas ideas, aunque éstas no se convierten en innovación hasta que no se explotan comercialmente para convertirlas en nuevos productos o servicios, o nuevas maneras de administrar un negocio o un proceso. Los cambios tecnológicos, económicos y sociales, han traído aparejado una reevaluación de la importancia de la propiedad intelectual. Es decir, los productos del intelecto aplicados industrialmente con el objetivo de obtener un beneficio económico, como sería el caso de las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales.

Posteriormente se analizará la importancia de la propiedad intelectual presentando la evolución del sistema de propiedad intelectual desde sus orígenes hasta nuestros días, y un análisis de los argumentos a favor y en contra de la propiedad intelectual.

Antecedentes del Sistema de Propiedad Intelectual en el mundo y en México

En el portal de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) hay una reseña de la evolución del Sistema de Propiedad Intelectual que se aplica a nivel mundial, que tiene sus orígenes en la Convención de París para la Protección de la Propiedad Intelectual³ que se celebró en el año

2 OCDE Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos

3 Es mejor conocida por sus siglas en francés PCPIP.

de 1883. El resultado de esta reunión fue un tratado internacional para que los ciudadanos de cualquier país pudieran obtener protección legal de sus patentes, marcas y diseños industriales, no sólo en su país de origen, sino también en otros países. Sin embargo, los alcances de protección intelectual fueron limitados, por eso fue necesario que se formara, en 1886, la Convención de Berna para la Protección de Trabajos Literarios y Artísticos⁴ que se enfoca a obras como novelas, poemas, canciones o dibujos. Las dos organizaciones previamente mencionadas, se unieron en 1893 y formaron la Oficina Internacional para la Protección de la Propiedad Intelectual.⁵

Esta nueva institución fue evolucionando a lo largo del siglo XX, obteniendo más importancia al reconocerse la necesidad de la propiedad intelectual. Fue así que en 1974 se creó la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, órgano especializado de la ONU. Su importancia se incrementó cuando en 1996 se firmó un acuerdo de cooperación con la Organización Mundial del Comercio. Actualmente la presencia del OMPI abarca 184 países. Los acuerdos sobre el respeto de la propiedad intelectual son imprescindibles en los Tratados de Libre Comercio que se firman entre países o entre bloques económicos, debido a que el comercio internacional está cada vez más basado en productos y servicios que tienen un alto contenido tecnológico y un elevado nivel de novedad que es necesario proteger con el sistema de propiedad intelectual, ya sea a nivel nacional o internacional.

En el caso de México, los orígenes del sistema de propiedad intelectual son más recientes que los descritos a nivel mundial. En el portal electrónico del IMPI (Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual, www.impi.gob.mx) se menciona que en 1942 se proclamó la primera ley de propiedad intelectual en el país, la cual sólo contenía un ordenamiento de patentes y marcas. Tuvieron que pasar más de treinta y cinco años para que, en 1987, se reformara este ordenamiento y se le adicionara la Ley de Invenciones y Marcas. Es necesario recordar que fue en la década de los 80, cuando México se adhirió en 1987 al GATT, organismo predecesor de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que la política de desarrollo industrial de México tuvo un cambio radical al pasar de ser una economía cerrada basada en la sustitución de importaciones, a una economía abierta orientada a las exportaciones. En 1993 se publica un decreto por el cual se crea el antes mencionado IMPI al que se le asignó autoridad administrativa en la materia.⁶

En 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de Norte América (TLCAN) entre Canadá, Estados Unidos y México. A pesar de que México tiene firmado 10 tratados de libre comercio con bloques comerciales o países individuales, 17 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI's) y 10 Acuerdos de Alcance Parcial con países de Latinoamérica, el TLCAN sigue siendo el tratado comercial más importante del país, ya que más de cuatro quintas partes del

4 Se le conoce por sus siglas BCPLAW.

5 También se le conoce por sus siglas en francés BIRP.

6 Las atribuciones del IMPI son: otorgar protección a través de patentes, registros de modelos de utilidad y diseños industriales, prevenir y combatir los actos que atenten contra la propiedad industrial, promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial y promover la cooperación internacional.

comercio internacional de México están concentradas con Estados Unidos (Secretaría de Economía, negociaciones internacionales). Esta falta de diversificación de mercados ha traído problemas a la economía mexicana al estar expuesta y dependiente a lo que ocurre con la economía estadounidense.

El IMPI, creó al PYMETEC, una sección especializada en pequeñas y medianas empresas que busca facilitarles el acceso al sistema de propiedad intelectual para que más compañías usen sus servicios. El IMPI ha descentralizado sus oficinas, que anteriormente sólo se encontraban en la Ciudad de México, y en la actualidad tienen cinco oficinas regionales: Bajío, Norte, Occidente, Sureste y Centro.

También la OMPI cuenta con un departamento especializada para pymes en la <http://www.wipo.int/sme/en/>. Su portal cuenta con tres apartados principales:

- 1.- Derechos de propiedad intelectual; donde explican lo que es una patente, marca, diseño industrial, derechos de autor y secretos industriales.
- 2.- Propiedad intelectual para los negocios; donde se da una introducción acerca de la importancia en los negocios, valuación de la propiedad intelectual de la empresa, mercadotecnia y comercialización mediante licencias de la propiedad intelectual de la compañía y aspectos legales en caso de una disputa con terceros por uso incorrecto de la propiedad intelectual.
- 3.- Recursos, como son: listado de eventos, casos de estudio, investigación realizada sobre pymes y propiedad intelectual, y un listado de mejores prácticas.

Definición de la propiedad intelectual y los productos registrables

Es importante incluir algunas definiciones de lo que se entiende por propiedad intelectual, provenientes de organismos internacionales, nacionales y académicos.

La OMPI define los dos tipos principales de propiedad intelectual: propiedad industrial y derechos de autor de la siguiente manera:

La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio.

La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la **propiedad industrial** que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de

procedencia; y **el derecho de autor**, que abarca las obras literarias y artísticas tales como: novelas, poemas, obras de teatro, películas, obras musicales, dibujos, pinturas, fotografías, esculturas y diseños arquitectónicos.

La Secretaría de Economía y el IMPI crearon Pymetec, el portal de tecnologías de patentes para las pymes, donde la propiedad intelectual es definida de la siguiente manera:

El conjunto de “privilegios, derechos y reconocimientos” que otorga el Estado al creador de productos del intelecto como obras artísticas, literarias, programas de cómputo, invenciones, innovaciones, creaciones comerciales como signos distintivos, avisos y nombres comerciales.”

Otra definición sobre propiedad intelectual viene de (Blackburn 2003), académico inglés que ha escrito extensamente sobre el tema de la propiedad intelectual. Él editó y además escribió un capítulo en el libro titulado *Intellectual Property and Innovation Management in Small Firms*, tema que no ha sido tratado extensamente en la literatura académica especializada define los derechos de propiedad intelectual de la siguiente manera:

La propiedad intelectual puede definirse como los derechos legales, existentes bajo leyes nacionales e internacionales, y que se aplican en relación a los productos del intelecto humano y creatividad... Los derechos de propiedad intelectual se refieren a la habilidad de poseer y proteger los productos del intelecto humano. Estos derechos pueden solicitarse y otorgarse, o en algunos casos, como con el *copyright*, se obtienen de manera automática (Blackburn, 2003: 6).

Argumentos a favor del actual Sistema de Propiedad Intelectual

El sistema de propiedad intelectual actual, tanto a nivel internacional como nacional, es depositario de una gran parte del saber humano que se ha ido acumulando de manera individual o grupal, por medio de empresas o gobiernos a través de la historia, particularmente durante los dos últimos siglos. Uno de los principales objetivos del sistema es animar e incentivar a que la gente creativa, como científicos, diseñadores o ingenieros, busquen soluciones a problemas de la vida cotidiana, que faciliten y hagan más eficaces los sistemas de producción, reduzcan el tiempo para la realización de una actividad o que simplemente mejoren la calidad de vida de las personas.

La sociedad le otorga al inventor el reconocimiento social por su nuevo producto y le concede un monopolio temporal para que lo pueda explotar comercialmente o licenciar su idea a un tercero. Uno de los argumentos más sólidos a favor del uso de la propiedad intelectual es que las compañías desarrollan y registran su propiedad intelectual como una estrategia de diferenciación de los productos y servicios de los competidores. Ante los ojos de los consumidores una compañía innovadora ofrece un valor agregado a sus productos, ya que marca tendencias que las otras compañías siguen.

Los derechos de propiedad intelectual y el monopolio y exclusividad para los titulares han permitido que las compañías exploten sus productos, patentes, marcas o diseños industriales, no sólo en sus países de origen, sino a nivel mundial. Por ejemplo, la compañía Microsoft desarrolla programas de software con su paquetería de Windows®, producto que viene de línea en la compra de computadoras nuevas, y que tiene prácticamente dominado este mercado a nivel mundial. Este cuasi monopolio ha sido altamente favorable para la compañía, aunque no para los consumidores que tienen pocas opciones de compra legal de software de otras compañías.

Argumentos en contra del actual Sistema de Propiedad Intelectual

Blackburn (2003) critica al sistema de propiedad intelectual porque parece estar diseñado con las grandes empresas en mente, que son las que tienen mayores recursos humanos, financieros y hasta legales, y que son las que obtienen mayores beneficios de la explotación de sus productos de propiedad intelectual. Por ejemplo, uno de los argumentos en contra del sistema de propiedad intelectual es su territorialidad, es decir la compañía adquiere derechos en donde lo registra primero, generalmente su país de origen, pero si esta interesado en registrarlo en otros países, lo necesita registrar de uno por uno. Cada registro implica lidiar con la burocracia de cada país, recurrir a abogados especializados, y traducir los documentos con traductores oficiales, en caso de que se tenga que utilizar un idioma distinto al que fue registrado; todo lo anterior eleva considerablemente los costos, razón por la cual no muchas compañías pymes optan por esta opción.

Para Aboites y Soria (2008), la carrera a nivel mundial por desarrollar innovaciones tecnológicas es resultado, entre otras causas, de un incremento de los gastos de investigación y desarrollo (I+D) que ha ocurrido en los países desarrollados, y en menor grado en las economías emergentes, así como una creciente integración del comercio internacional.

Todo lo anterior ha traído consigo un marcado interés por fortalecer la protección de la propiedad intelectual. En los Acuerdos de Marrakech de 1994, la OMC estableció nuevas reglas para el comercio internacional y la regulación de los flujos de conocimiento a través de los derechos de propiedad intelectual, que se denominan TRIPS® por sus siglas en inglés. La producción del conocimiento ha tenido un ascenso en importancia comercial.

Los productos piratas son copias muy similares de productos originales que tienen alta demanda, pero a un precio bastante inferior, de los cuales el titular de la propiedad intelectual no recibe beneficio económico alguno. Sin embargo, hay que argumentar que gracias a la piratería un gran número de personas, de diferentes clases sociales, especialmente las clases medias y bajas, tienen acceso a productos que de otra manera les sería muy difícil. Este es el caso de programas de software, música, libros e incluso ropa. La piratería ha ayudado a que los titulares de la propiedad intelectual

reduzcan los precios de sus productos que, probablemente, no lo harían sin esta presión.⁹ Un dato interesante es que en los puestos del comercio ambulante ya es posible encontrar películas originales a precios reducidos, aunque sean 4 ó 5 veces más caros que los productos piratas.

A continuación se enumeran una serie de iniciativas que han surgido como opciones de libre acceso, de compartir el conocimiento de manera gratuita:

*Creative Commons*¹⁰ (CC), en la enciclopedia digital Wikipedia¹¹, de acceso libre, es un ejemplo de colaboración del conocimiento sin fines de lucro. “CC es una organización no gubernamental, sin fines de lucro que desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales de la creatividad, por medio de una nueva legislación y nuevas tecnologías.”

Copyleft, utiliza el mismo símbolo del *copyright*, pero al revés. En la enciclopedia Wikipedia lo definen como “una forma de licencia que puede ser usado para modificar el derecho de autor de obras o trabajos, tales como *software* de computadoras, documentos, música y obras de arte.”

Open source innovation. El objetivo de esta iniciativa es la creación y promoción de fuentes de software libres y abiertas (*FOSS: Free Open Source Software*) como una manera de maximizar la estandarización, accesibilidad, transparencia y apertura. <http://www.opensourceinnovation.org/>.

Linux. Software de libre acceso que proporciona un sistema operativo. Es una opción gratuita comparable con lo que ofrece Windows© pero a un precio muy alto. Este sistema ya ha sido adoptado por personas, empresas y hasta gobiernos municipales de varios países. <http://www.linux.org>

La realidad económica y social de México, la propiedad intelectual y las pymes

El Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) publicó que en el 2010 un total de 12.5 millones de personas, parte de la población económicamente activa (PEA), labora en la economía informal. Este grupo de personas en general se dedican a la venta al aire libre de productos de contrabando, productos piratas, o productos de dudosa calidad o procedencia.

La piratería encuentra una salida natural por este medio. Los comerciantes ambulantes no tienen costos fijos que cubrir, no expiden facturas, ni pagan regalías a los titulares del producto copiado, por lo cual pueden vender sus productos muy por debajo de lo que cuestan los productos originales.

9 En México, el costo de una película que se comercializaba en formato VHS, y más recientemente en CD, llegó a tener un precio que era hasta 25 veces más alto que una película pirata. En la actualidad el precio de las películas originales es más económico que en el pasado, ya sólo es entre 10 a 15 veces más caras que las piratas.. Otro dato curioso es que las películas piratas que comercializan los vendedores ambulantes en el metro de la Ciudad de México, también conocidos como “vagoneros”, han mantenido el precio de sus películas en \$10 pesos (poco menos de \$1 dólar de EUA) por más de seis años.

10 <http://creativecommons.org/> , <http://creativecommons.org.mx/> [accesado el 22 de junio 2010]

11 <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

A las personas creativas, como inventores, diseñadores o ingenieros, con interés por registrar su propiedad intelectual, es necesario asegurarle que el sistema legal protegerá de una manera eficaz y justa sus ideas en caso de que se encuentre alguna otra compañía infriniendo sus derechos.

Es necesario destacar que, cada vez más, la lucha del comercio internacional y nacional no será por productos materiales, sino por ideas, conceptos inmateriales. Lo importante ya no es quién manufactura los productos sino quién genera y registra los conceptos e ideas y los convierte en innovaciones.¹²

El sistema legal en México no se distingue precisamente por ser equitativo, expedito y accesible, lo que provoca desconfianza de parte de los empresarios que quieren registrar sus productos de propiedad intelectual.

El sistema de registro es burocrático y lento, haciendo que muchos de ellos recurran a sistemas informales de protección como acuerdos de confidencialidad, o un acuerdo “entre caballeros” en que no hay necesidad de firmar documentos legales, porque priva la confianza mutua entre las partes.

La Alianza Internacional de Derechos de Propiedad (IPRI por sus siglas en inglés) publica cada año un estudio donde compara a 125 países en términos de como protegen los derechos de propiedad, tanto física como intelectualmente. Uno de los objetivos es investigar los efectos del ambiente político y legal del país, y cómo reconoce y hace cumplir los derechos de propiedad en el desarrollo económico. Es así que publican el International Property Rights Index.

Los primeros lugares de este estudio son ocupados por países europeos, la mayoría escandinavos. En el primer lugar está Finlandia con una calificación de 8.6, seguido en segundo lugar por Dinamarca, en tercer lugar está Suecia, en el cuarto está Holanda, en el quinto está Noruega. Estados Unidos ocupa el quinceavo lugar. El país latinoamericano mejor calificado es Chile que se encuentra en el lugar 34 con una calificación de 6.4. México esta ubicado en la segunda mitad de la tabla, ocupando la posición 72 de 125 economías estudiadas.

En cuanto al ambiente político y legal el país, tuvo retrocesos en el 2010 comparado con el año anterior; lo mismo ocurrió con los derechos de propiedad tanto física como intelectual. El reporte menciona que si bien el país tuvo algunos avances en el combate contra el software de negocios ilegal, retrocedió en la venta de música comercial, ya que en la actualidad la música pirata representa hasta 80 por ciento del mercado.

12 La compañía Nike de zapatos deportivos es un ejemplo de una fábrica inmaterial, ya que no manufactura sus productos, sino que los manda a maquilar a países con costos de producción bajos; por lo que lo mismo da que sean fabricados en China, que en Indonesia, o Vietnam; lo que a ellos les preocupa es el desarrollo de los nuevos modelos, ya que la compañía diseña los conceptos del futuro.

El diseño y la propiedad intelectual

El diseño es una actividad creativa que busca mejorar la calidad de vida de las personas, ya sean consumidores o simplemente usuarios. En la actualidad, los consumidores buscan productos que reflejen su estilo de vida y sus preocupaciones por el medio ambiente con productos “verdes” que dañen lo menos posible al medio ambiente, desde la forma en que son creados, hasta como son desechados. Los consumidores son cada vez más educados y se informan para tomar una decisión de compra, toman en cuenta el atractivo estético, la novedad del producto, la interfaz (*user-friendly*), y que tengan una buena relación costo-beneficio. El diseño de productos es una actividad que puede considerarse no-tecnológica ya que sólo usa y adapta la tecnología existente en cuanto a materiales, mecanismos, formas de sujeción, o dispositivos electrónicos o de control. El resultado del trabajo de diseño se traduce en varios productos de propiedad intelectual como son las marcas, los diseños industriales, las patentes, y hasta los derechos de autor. Se incluyen definiciones que provienen del portal del OMPI:

Marcas:

“Las marcas son signos distintivos que se utilizan para diferenciar productos y servicios idénticos o similares ofrecidos por distintos productores o proveedores de servicios”.

Diseños industriales:

“Por diseño industrial se entiende el aspecto ornamental o estético de un producto. El diseño puede consistir en rasgos tridimensionales, como la forma o superficie de un artículo, o en rasgos bidimensionales, como la configuración, las líneas o el color”.

Patentes:

“Una patente es un derecho exclusivo concedido a una invención, es decir, un producto o procedimiento que aporta, en general, una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. Para que sea patentable, la invención debe satisfacer determinados requisitos: debe tener uso práctico; debe presentar asimismo un elemento de novedad; es decir, alguna característica nueva que no se conozca en el cuerpo de conocimiento existente en su ámbito técnico”.

Derechos de autor:

“El derecho de autor y los derechos conexos protegen los derechos de los autores, artistas intérpretes y ejecutantes, productores y radiodifusores, y contribuye al desarrollo cultural y económico de los pueblos”.

Registros de propiedad industrial en México durante el año 2009

El IMPI publicó sus estadísticas para el año 2009, y es de llamar la atención que a pesar de que México es una de las 15 economías más importantes del mundo, su actividad de registro de propiedad intelectual es pobre. Por ejemplo, en la Tabla 1 se muestra el registro para el 2009 de marcas, el total no llega a las 58,000 marcas, que comparadas con el universo de empresas existentes en México, de más de 5 millones, es un número ridículo. Y del total de registros, sólo dos terceras partes fueron hechas por mexicanos.

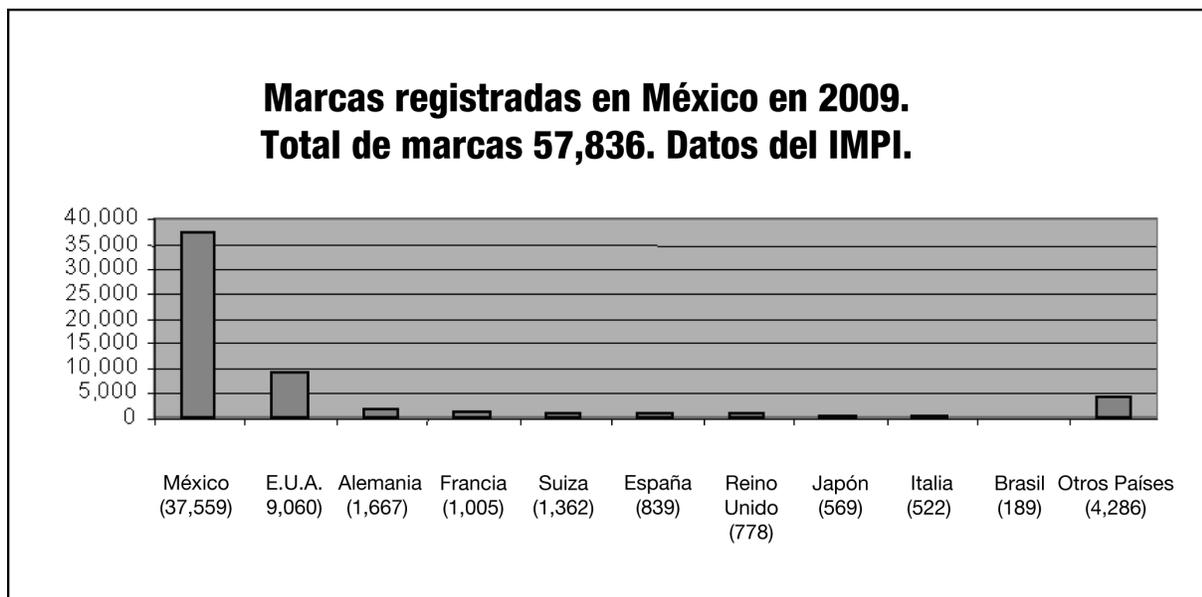


Tabla 1. Marcas registradas en México, por nacionalidad del titular para el año 2009
Gráfica del autor basada en información del IMPI 2009.

Una marca puede ser un activo intangible muy importante para la compañía, es la imagen visual de la misma que proporciona confianza a los consumidores, ya que hay marcas que inspiran respeto, o que son asociadas con una empresa responsable ante los consumidores o el medio ambiente, o por ser innovadoras. La compañía Interbrand (www.interbrand.com) publica desde hace más de 15 años un estudio en la revista Business Week acerca de las 100 marcas más valiosas a nivel mundial. Las cinco primeras marcas en el 2009 fueron:

- La marca No. 1 es Coca Cola, con un valor de 68,734 millones de dólares.
- No. 2, IBM con un valor de 60,211 millones de dólares.
- No. 3, Microsoft, con un valor de 56,647 millones de dólares.
- No. 4, GE, valor 47,777 millones de dólares.
- No. 5, Nokia con un valor de 34,864 millones de dólares.

La misma empresa publica su estudio de las marcas más valiosas en Latinoamérica en el año 2008:

- No. 1, Itaú, financiero, país Brasil, valor de la marca 5,962 millones de dólares.
- No. 2, Bradesco, financiero, país Brasil, valor 5,213 millones de dólares.
- No. 3, Banco do Brasil, financiero, país Brasil, valor de la marca 4,429 millones de dólares.
- No. 4, Cemex, construcción, país México, valor de la marca 3,998 millones de dólares.
- No. 5, Claro, telecomunicaciones, varios países, valor de la marca 3,593 millones de dólares.
- No. 6, Telmex, telecomunicaciones, país México, valor de la marca 3,482 millones de dólares.

En cuanto a diseños industriales, es decir, productos que contienen rasgos tridimensionales como la forma o superficie de un artículo, o características bidimensionales como la configuración, las líneas o el color, que fueron registrados. En la Tabla 2, llama la atención que el país que más registra en México es Estados Unidos, lo que habla de la poca importancia que le dan las compañías mexicanas al diseño como parte de una estrategia competitiva.

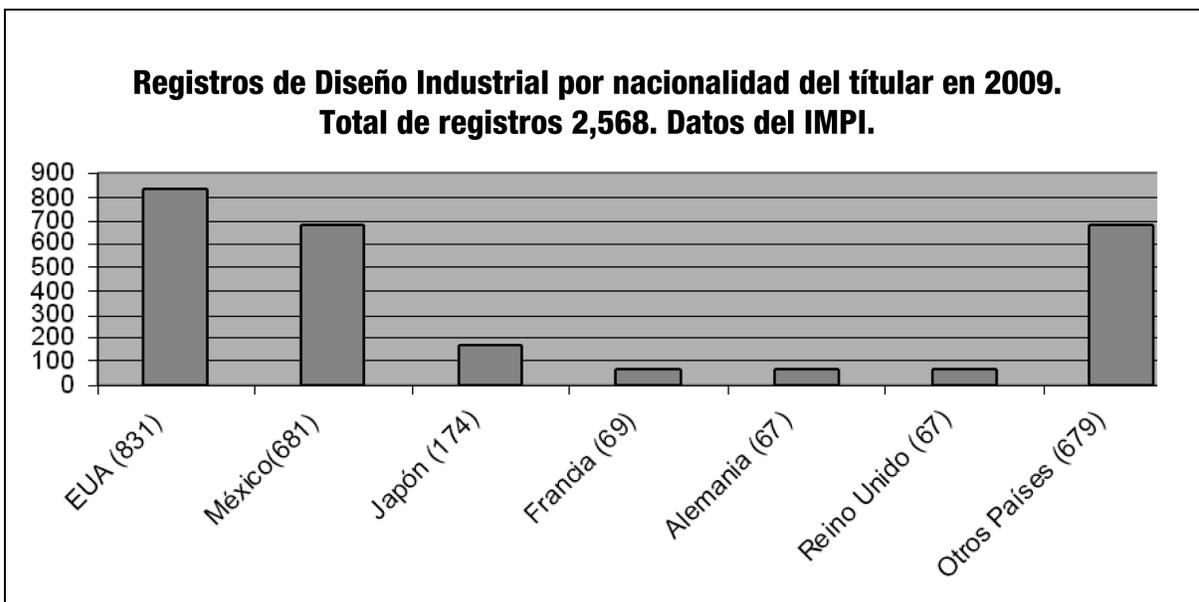


Tabla 2. Registros de diseños industriales en México
Gráfica del autor basada en información del IMPI 2009.

El último producto de la propiedad industrial de la que se muestran datos es de las patentes, que deben contener una novedad tecnológica. El número de patentes registradas en el 2009 fue de sólo 9,629 patentes, como muestra la Tabla 3. Científicos, inventores o compañías mexicanas ocupan el séptimo lugar en los registros, con sólo 213 patentes ¡para un país de más de 100 millones de habitantes! En realidad hay mucho por hacer para que aumente la capacidad de registro de patentes si queremos conquistar mercados nacionales e internacionales con productos que sean tecnológicamente avanzados.

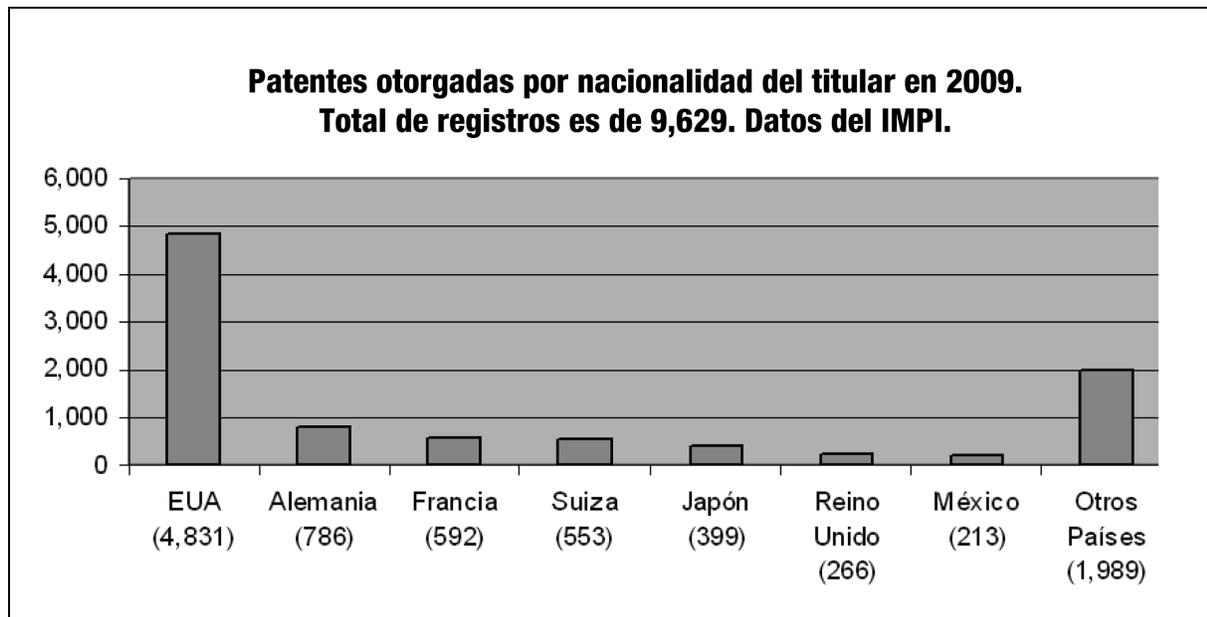


Tabla 3. Patentes otorgadas en México por nacionalidad del titular en el año 2009.
 Gráfica del autor basada en información del IMPI 2009.

CONCLUSIONES

Las empresas pequeñas y medianas mexicanas han basado tradicionalmente su estrategia comercial en ofrecer productos y servicios con costos competitivos y buena calidad. Sin embargo, este modelo se está agotando, ya que seguimos perdiendo terreno en el aspecto comercial ante países como China que ofrecen productos similares a los nuestros, pero a precios menores. Si queremos dejar de ser un país maquilador de ideas de compañías extranjeras se necesita un cambio de actitud.

La gente y las compañías mexicanas son creativas, se saben adaptar a un entorno económico difícil: trabas burocráticas, un sistema tributario complicado, crédito escaso y caro para financiar nuevas inversiones o nuevos desarrollos además de un entorno laboral poco flexible. Pero a pesar de todo lo anterior, el censo económico publicado por el INEGI en 2009 revela que existen 5, 194,811 unidades económicas que ocupan 27, 748,563 personas, de los cuales 435,436 establecimientos son del sector manufacturero empleando a 4,522,799 personas.

Los sectores más importantes son el de la industria alimenticia, seguido por la fabricación de equipo de transporte y la fabricación de productos metálicos.

El objetivo a corto y mediano plazo es que las empresas mexicanas no se conformen con que sus productos lleven impresa la leyenda “Hecho en México”, hay que buscar darle mayor valor agregado, más innovación y atractivo estético; ahora es preferible que los productos, como poco a

poco comienza a ocurrir, lleven la leyenda “Diseñado en México” o “Innovado en México”. En el campo de la innovación puramente tecnológica, las compañías mexicanas no han sido muy exitosas, entre otras razones por la baja inversión en tecnología y desarrollo, por lo que la innovación no-tecnológica se presenta como una opción más viable de alcanzar.

La propiedad intelectual es un recurso que ha sido desaprovechado en México, cuando debería ser un área estratégica para el desarrollo de la nación, una manera para que dejáramos de depender de la exportación de materias primas como el petróleo, o aún de productos que si bien son de alta tecnología, como es el caso de los automóviles o equipo de cómputo, fueron ensamblados, mas no desarrollados o inventados en el país. Es decir, si en el país se desarrollara el concepto, su valor agregado intelectual podría ser más alto.

Es altamente recomendable que las compañías desarrollen y protejan sus creaciones de propiedad intelectual. Todas las empresas necesitan, cuando menos, un nombre y una marca que permita que los consumidores los identifiquen y diferencien en el mercado. Hay que sistematizar y registrar métodos de trabajo, diseños y hasta patentes. Pero el escenario al que se enfrentan las empresas pequeñas y medianas es poco alentador, ya que el sistema de propiedad industrial actual es complejo y poco amigable. Es poco probable que una empresa que lucha por su supervivencia, quiera verse envuelta en registro de patentes, marcas o diseños industriales.

Hay que facilitar el acceso al sistema de propiedad intelectual a cada vez más empresas, mediante apoyos económicos y facilidades de asesoría legal y de defensa de sus derechos en caso de sorprender a otra compañía, generalmente de mayor tamaño, usando sus ideas sin pagar los derechos. Los resultados del IMPI para el año 2009 muestran que un número excesivamente pequeño de empresas ocupa los servicios del IMPI, si se toma como referencia el universo de empresas existentes . El sistema legal actual es recomendable que se modifique y considere a las pymes para que sea más justo, equitativo, expedito y accesible.

Existen muy pocos estudios, a nivel nacional e internacional, sobre la propiedad intelectual y la forma en que las pequeñas y medianas empresas lo utilizan. Como estas compañías recurren poco a los derechos de propiedad es difícil estimar la intensidad de su actividad innovadora. Como Blackburn (2003) menciona, la falta de registros oficiales impide un aproximado preciso de cuantas innovaciones generan y explotan comercialmente las empresas. La actividad innovadora de las PYMES ha sido subrepresentada, muy pocas veces se publica o se escribe de cómo el ingenio suple la falta de recursos materiales; sería altamente deseable que se eliminaran, o redujeran, los obstáculos que limitan el potencial innovador de este grupo de empresas.

Todavía hay mucho que hacer para lograr que la visión del IMPI se vuelva realidad:

“Encauzar las fortalezas de la institución para que la creatividad intelectual en la actividad tecnológica e industrial se transforme en beneficios para la sociedad en su conjunto, en una economía cuyas condiciones de competencia brinden certeza jurídica.”

Si algún día se logran alcanzar los objetivos antes mencionados, seguramente disfrutaremos de un país, que no sólo será más equitativo, tendrá mejor calidad de vida, y estará mejor posicionado por su riqueza en el concierto mundial de naciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Aboites, J. y Soria, M. (2008). *Economía del conocimiento y propiedad intelectual*, UAM-X y Siglo Veintiuno Editores, México DF.
- Blackburn, R.A. (Editor). (2003). *Intellectual Property and Innovation Management in Small Firms*, *Routledge studies in small firms*, Routledge, London.

SITIOS WEB

- ACTA (acrónimo en inglés) Acuerdo Comercial Antifalsificación Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA)
- Property Rights International Alliance (Alianza Internacional de Propiedad Intelectual) <http://www.propertyrightsalliance.org/>
- CEPAL Comisión Económica para América Latina <http://www.cepal.org/>
- INEGI Censos Económicos 2004-2009, INEGI, 2009 http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/res_oportunos/RO-09_Analisis_comparativo_2004_2009.pdf [accesado 15 junio 2010].
- IIDP Índice Internacional sobre Derechos de la Propiedad <http://ild.org.pe/> Instituto de Libertad y Democracia
- IMCO Instituto Mexicano para la Competitividad <http://imco.org.mx/imco/home.do>
- IMPI, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Patentes del dominio público http://www.impi.gob.mx/impi/jsp/indice_all.jsp?OpenFile=docs/promocion/cit/dominio_publico.html
- Servicios electrónicos del IMPI <http://eservicios.impi.gob.mx>.

- Pymetec, departamento especializado en pequeñas y medianas empresa
www.pymetec.gob.mx
- International Property Rights
http://www.internationalpropertyrightsindex.org/2010_IPRI.pdf [accesado el 23 de jun-2010]
- OECD Organization for Economic Cooperation and Development
www.oecd.org
- OMPI Organización Mundial de Protección Intelectual
(WIPO World Intellectual Property Organization)
<http://www.wipo.int/portal/index.html.en>
- Patentes, Patentscope, ofrece información y servicios sobre patentes a nivel mundial
<http://www.wipo.int/patentscope/en/>
- Marcas
<http://www.wipo.int/trademarks/es/>
- Diseños industriales
<http://www.wipo.int/designs/es/>
- Derechos de autor (Copyright) y servicios conexos.
www.wipo.int/sme/en
- Departamento especializado en empresas pequeñas y medianas.
- UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura
<http://www.unesco.org/new/en/unesco/>
<http://www.wipo.int/copyright/es/>

