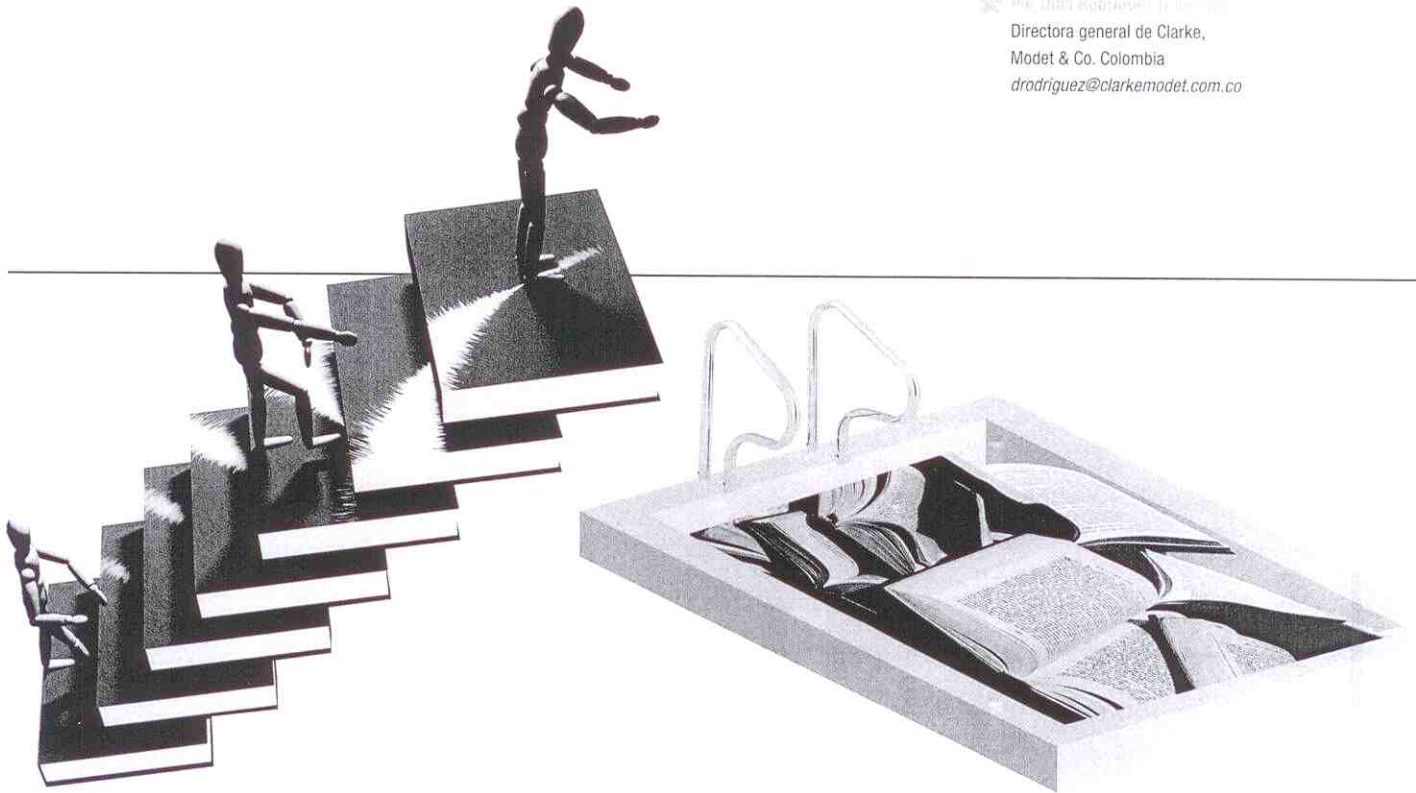


La propiedad intelectual como inteligencia de mercados

Nos encontramos en la economía del conocimiento, lo cual significa que la riqueza no se mide hoy en día por los recursos naturales sino por el conocimiento que generan los países.

★ Dra. Diana Rodríguez de Martínez
Directora general de Clarke,
Modet & Co. Colombia
drodriguez@clarkemodet.com.co



Actualmente se puede asegurar que la ventaja competitiva en cuanto a país, empresas e individuos se mide por su capacidad de generar conocimiento, valor agregado y reconocimiento en el mercado.

La propiedad intelectual es un derecho de contenido patrimonial que reviste vital importancia en los distintos sectores de las relaciones jurídicas y económicas: en el sector privado, en el sector público y en el marco internacional.

En los negocios, como en la guerra, la información es indispensable para diseñar y operar las estrategias que hay que seguir. El

método de negocios se basa en el diseño y la operación de las estrategias de trabajo para incrementar las ventajas y fortalezas de la empresa o institución, así como minimizar sus debilidades frente a su entorno.

El diseño y la operación de un método de negocios en una empresa o institución de giro requiere contar con un panorama informativo completo sobre los factores de influencia que conforman el entorno externo: económico, político, sociocultural, marco jurídico y tecnológico, y el entorno específico en el interior de la empresa.

La propiedad intelectual aparece como una herramienta de medición económica cuya información pueden estudiar tanto el sector público como el privado.

En este sentido, es posible agrupar la información proveniente del sistema de propiedad intelectual en dos grupos: la información que proviene de los bancos de patentes y la información que proviene de las bases de datos de la oficina de marcas. Analizaremos, *grosso modo*, la utilidad de esa información, con énfasis en el sector privado.

Bancos de datos de patentes

La patente es una figura por medio de la cual un inventor divulga oficialmente su invento a cambio de obtener del Estado un monopolio temporal para su explotación. En ese sentido, los bancos de patentes de todos los países, además de informar sobre

el conocimiento de la técnica, permiten hacer análisis valiosos tanto para las naciones como para las empresas.

Para los estados, los bancos de datos locales permiten establecer el grado de desarrollo tecnológico del país, sobre la base del número de solicitudes de sus nacionales con respecto al número de solicitantes extranjeros. Por tal razón, las bases de datos locales de los países desarrollados muestran un gran porcentaje de solicitudes de sus nacionales, mientras en los países en vías de desarrollo los nacionales son un porcentaje muy bajo de los solicitantes. Así las cosas, podemos mencionar que las bases de datos de solicitudes de patentes de los países latinoamericanos muestran que las solicitudes



de nacionales están por debajo del 10%, del total de las solicitudes presentadas en los países (Brasil y México se acercan al 10%, los demás países latinoamericanos estamos muy por debajo del 10%). Esta información es motivo de reflexión para el Estado porque le permite comprobar, con estas cifras, el bajo desarrollo tecnológico de Colombia y tomar medidas para estimular el desarrollo tecnológico.

Para el sector privado, las patentes son una valiosa fuente de información no solamente de competidores nacionales e internacionales sino de la naturaleza de la tecnología que entrará al mercado.

Por otro lado, las patentes son una excelente fuente para desarrollar inteligencia tecnológica. Con la aplicación de los instrumentos de la «inteligencia tecnológica» se obtendrá información clave del posicionamiento tecnológico de la empresa o institución dentro de un campo tecnológico en particular. Las fuentes de información tecnológicas naturales son las bases de datos mundiales de patentes y la documentación bibliográfico-científica.

Al igual que la «inteligencia» empleada en la guerra, en el campo tecnológico se puede tener información sobre el entorno específico, como conocer y ubicar a los competidores y a los posibles socios, determinar las fortalezas y debilidades de las compañías frente a los componentes del

universo tecnológico, definir las tendencias de desarrollo tecnológico, conocer a los líderes, ubicar los nichos de mercado, definir los proyectos innovadores que conviene lanzar, entre otros. La accesibilidad de toda esta información deberá generar el conocimiento que ayude a los directivos de la empresa o institución tecnológica a concretar estrategias de negocios.

Es evidente que cada vez más organizaciones e instituciones tecnológicas a nivel internacional emplean las herramientas de la «inteligencia tecnológica» para liderar y dirigir los avances tecnológicos mundiales, como por ejemplo la India en el campo biotecnológico.

¿Cómo se puede utilizar la información sobre patentes para I + D + i?

Las organizaciones pueden utilizar la información sobre patentes para:

- Conocer el estado de la técnica (direccionar I + D + i).
- Planificar cualquier actividad de I + D + i.
- Identificar sectores en los que ya se ha investigado el área de interés y así evitar duplicar gastos.
- Buscar socios, aliados estratégicos o posibles licenciatarios de tecnología.
- Evitar infracciones al usar tecnología de otros.
- Identificar tecnologías emergentes e innovadoras y abandonar las actuales.

¿Qué información puede obtenerse de la base de datos de la oficina de marcas y otros signos distintivos?

La base de datos de la oficina de marcas y otros signos distintivos es de mucha utilidad tanto para el Estado como para el sector privado.

El Estado puede comprobar las tendencias de crecimiento o decrecimiento sobre las estadísticas de solicitudes de marcas. En épocas de crecimiento del comercio y de los integrantes del mercado, el número de marcas suele aumentar, y tiene tendencia a bajar en épocas de desaceleración o decrecimiento económico; esto se debe a que un empresario solicita una marca cuando ha lanzado o está a punto de lanzar un nuevo producto al mercado.

Al solicitarse las marcas por clases de productos, la información consolidada permite analizar los productos o sectores de crecimiento y el origen de los solicitantes. En este caso se comprobará, nuevamente, que las marcas de productos de alta tecnología son responsabilidad de los generadores de esas tecnologías. Los sectores de mayor participación de los nacionales se reflejan también en estas estadísticas.

Para las empresas, las bases de datos de la oficina de marcas les permiten establecer cuáles son sus competidores reales en el mercado, su origen, el número de nuevos productos que lanzan al mercado, su desempeño año por año, así como también hacer búsquedas para evitar sacar marcas idénticas o muy similares a otras ya registradas o solicitadas, ahorrándose gastos en publicidad y creación de marcas.

¿Por qué es importante la propiedad intelectual?

La propiedad intelectual sirve para estimular el desarrollo en ciencia y tecnología, y para proteger la exclusividad de los inventores en sus patentes y de los empresarios en sus marcas.

Hoy en día, no se puede desarrollar negocio en forma organizada y eficiente si no se cuenta con la propiedad intelectual como recurso y como generadora de valor. Igualmente, este sistema ofrece información que el empresario moderno debe aprovechar para hacer inteligencia de mercados.

aldasbrand | a

ideas que viven y respiran.

The collage features several brand logos and product images:

- Fruco**: Two packages of Fruco Mayonesa.
- Marché**: A logo for Marché.
- Polet**: Several packages of Polet.
- Monticello**: Several packages of Monticello.
- Terpel**: A logo for Terpel.
- gladiator**: A bottle of gladiator.
- ecoflora**: A logo for ecoflora.
- Arquitectura de Marca**: Text in a dark box.
- Identidad**: Text in a dark box.
- Empaques**: Text in a dark box.
- www.aldasbrand.com**: Website address in a dark box.