

OMPI/PI/TEG/02/4

ORIGINAL: Español

FECHA: 13 de septiembre de 2002



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
REPÚBLICA DE HONDURAS



ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL)

TALLER ITINERANTE DE LA OMPI SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME)

organizado por
la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
en cooperación con
el Ministerio de Industria y Comercio de la República de Honduras
a través
de la Dirección General de Propiedad Intelectual (DIGEPIH)
y
la Dirección General de Fomento a la Micro y Mediana Empresa
y Sector Social de la Economía (MIPYME)

Tegucigalpa, 19 y 20 de septiembre de 2002

**LOS ACTIVOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL COMO INSTRUMENTO PARA EL
DESARROLLO. LAS VENTAJAS DEL SISTEMA DE PROPIEDAD INTELECTUAL
PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME)**

Documento preparado por la Oficina Internacional de la OMPI

1. El conocimiento de la humanidad no debe ser exclusivo para nadie. Para apoyar esta idea, nos permitimos señalar que el mundo ha generado en los últimos cincuenta años más del setenta por ciento de conocimiento actualmente disponible y en los próximos años se producirá un cincuenta por ciento más de nuevos bienes y servicios basados en los desarrollos científicos.

2. Los autores, al escribir sobre las PYME, hacen referencia a la innovación. Para ello consideramos importante comprender que se considerará por *investigación, invención e innovación*:

- investigación: podemos definirla como toda actividad dirigida a la producción de conocimientos teóricos que sirvan de base al proceso innovador. En este punto, las PYME tienen muy limitados sus recursos a la investigación y al desarrollo, mientras las grandes empresas destinan cuantiosas inversiones;
- invención: se define como la creación de una nueva idea, tanto en un área estrictamente científica como práctica, mostrando la experiencia que los inventores independientes y las pequeñas empresas son el origen de una parte importante de la invención; e
- innovación: se puede definir como la introducción de un producto nuevo en el mercado o un nuevo proceso de producción.

3. Se observa que el número de PYME que contratan o realizan actividades de investigación es muy pequeño, y tienen dificultades de obtener tecnología externa, por lo que forzosamente tienen que procurar contactos externos con otras empresas para poder mantener una posición de cierto nivel tecnológico. Esto último es importante porque la pequeña empresa muestra en lo relacionado a la innovación una serie de ventajas respecto a la gran empresa.

4. Por ejemplo:

- mayor capacidad de reacción ante cambios en las exigencias del mercado;
- menores requerimientos burocráticos en su funcionamiento lo que permite una reacción más dinámica por parte de los propietarios o administradores;
- mayor disposición a aceptar el riesgo; y
- existencia de sistemas de comunicación interna de carácter informal pero eficientes para detectar problemas y reorganización frente a cambios externos.

5. Las Leyes de Propiedad Industrial buscan promover la competencia legítima entre las empresas a través de la innovación tecnológica y mercantil (concesión de patentes y registros de marca), otorgando exclusividad para la explotación industrial y comercial de determinados productos, procesos, o servicios, durante cierto tiempo y bajo determinadas condiciones.

6. Es importante aclarar que las leyes de Propiedad Intelectual, y por consiguiente las leyes de Propiedad Industrial, protegen la invención o la expresión artística concreta, *pero no el mercado del producto*, lo que nos aclara que no existe ningún carácter de monopolio en la comercialización de productos patentados.

7. En la economía del conocimiento tecnológico, la Propiedad Industrial tiene una creciente importancia como consecuencia de diversos factores, entre los que destacan:

- a) la globalización, que expresa la interdependencia económica, comercial, financiera y tecnológica;
- b) los tratados de libre comercio que contemplan articulados de Propiedad Intelectual;
- c) nuevas áreas de conocimiento, como la biotecnología, las variedades vegetales, los nuevos materiales, las tecnologías de comunicación y reproducción digital y los esquemas de trazado de circuitos integrados; y
- d) el valor monetario de los activos intangibles (ingreso a nuevos mercados, marcas, patentes, derechos de autor).

8. Hoy en día las decisiones de inversión dependen cada vez más de la existencia de un marco legal que proteja la Propiedad Intelectual. Para nadie es un secreto el problema de financiación y el acceso al crédito que tienen las PYME, pero las instituciones que otorgan crédito valoran si la PYME o sus productos son o no conocidos en el mercado, y la falta de este conocimiento hace que el resultado del crédito solicitado, sea mas subjetivo y posiblemente negativo.

A. Causas comunes de fracaso en la pequeña empresa

9. Una cuestión interesante es conocer cómo debe desenvolverse una pequeña empresa recién creada y por ello debemos conocer los motivos o causas que generalmente afectan su supervivencia, de manera que éstas finalmente la llevan a la desaparición. Algunas de las causas que influyen, son las características individuales del fundador; las características estructurales y las estrategias de la nueva empresa y finalmente las condiciones que caracterizan el entorno mismo de la empresa; pero una de las causas que influyen en la mortalidad elevada de las pequeña empresas, es que el emprendedor por desconocimiento no lleva a cabo el proceso correcto para poner en práctica la idea empresarial y por eso la vida activa de la PYME puede llegar a ser precaria, por el bajo uso de las tecnologías de fabricación, falta de calidad y diseño de productos y procesos.

10. Todas estas causas enumeradas con anterioridad tendrían solución si el empresario de las PYME, diera un correcto uso a las herramientas que el sistema de Propiedad intelectual le facilita. Nuevamente señalamos, por ejemplo, la Marca (denominativa por excelencia, mixta, o con diseño) es la presentación comercial de los productos en el mercado.

11. Ahora bien, la pequeña empresa tiene su principal fuente de competencia no con las grandes empresas, sino precisamente entre ellas, es decir, con las pequeñas empresas, de ahí que el éxito empresarial esté precisamente compitiendo con sus semejantes y no intentar una lucha con las grandes.

B. PYMES y Propiedad Intelectual

12. No es fácil definir el concepto de Pequeña (s) y Mediana (s) Empresa (s) (PYME). No existe una definición aceptada universalmente; por el contrario varía constantemente en función de las regiones del mundo. En general, el número de empleados y el volumen de negocio ayudan a identificar a la PYME, pero ni siquiera existe un acuerdo sobre el valor de estos criterios.

13. La Pequeña y Mediana Empresa de América Latina y el Caribe desempeñan un papel crucial en la generación de empleo, valor añadido y articulación productiva en cada una de las economías nacionales. Sin embargo, el reto competitivo de una economía globalizada hace todavía más importante el acceso de las empresas a los mercados de factores productivos, lo que a su vez requiere un entorno de negocios equilibrado.

14. Según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo, señala que en Bolivia las PYME tienen unos 50 empleados, a diferencia de la de México con 250 y Brasil con 500, o la microempresa, que la podemos encontrar en cualquier país y emplean a menos de cinco trabajadores. Por ejemplo la clasificación de trabajadores para la PYME en Alemania, hasta nueve empleados es calificada pequeña, de 10 a 499 mediana y más de 500 es grande. El esquema de clasificación de PYME en la Unión Europea hasta 50 empleados es de pequeña y hasta 250 es considerada mediana.

15. También se tiene en cuenta el capital de la empresa. A efectos de esta presentación, el término PYME hace referencia a todas las compañías definidas como tales en distintos países; y que desempeñan un papel estratégico en el desarrollo de términos de empleo, inversiones y producción total. Por ejemplo la relación entre la empresa familiar y el desarrollo económico ha suscitado visiones muy opuestas, hay quienes señalan que son responsables de atraso en la economía, aludiendo a la empresa familiar, pero lo cierto es que las mismas, se han mantenido presente en todo el mundo y han predominado en los sectores productivos y comerciales, lo que les permite una competitividad mayor.

16. Las PYME también poseen ciertas ventajas para operar en el actual contexto de negocios, debido principalmente a la flexibilidad para reaccionar y adaptarse a los cambios que les proporciona su escala productiva.

17. A pesar de la importancia económica y las ventajas de flexibilidad asociadas a la PYME, estas empresas afrontan dificultades que limitan sus posibilidades de competir y crecer en el mercado. Estos obstáculos pueden agruparse en tres categorías:

- a) entorno empresarial por debajo del nivel óptimo
- b) acceso limitado a la financiación;¹
- c) mercado de servicios de desarrollo empresarial por debajo de los niveles de desarrollo.

¹ La financiación usualmente la encontramos en los bancos cooperativos, de ahorros públicos, y los bancos garantías son los principales agentes de financiamiento para las PYME, muchas veces debido a sus antecedentes históricos y a su estructura descentralizada. Los Bancos garantías son los que operan como garantes de créditos que un banco no otorgaría sin tal aval, debido al insuficiente colateral del cliente.

18. La importancia de la información y la creciente intensidad en la producción ha determinado el fortalecimiento y la consolidación mundial de los sistemas de propiedad intelectual, que se basan en la premisa de que no hay forma alguna de propiedad tan validada y legítima como la propiedad sobre las creaciones de la mente (el producto del intelecto materializado en un invento, en una innovación o en una obra de arte). En este sentido, el conocimiento no sólo tiene un valor cultural, sino también un valor de uso y un valor de cambio y se constituye en insumo básico para la producción; al serlo se convierte en un bien intangible, con un mercado de características especiales.

19. *El correcto uso del Sistema de Propiedad Industrial* ofrece a las empresas, y particularmente a las PYME una herramienta valiosa para expandir, mejorar y aprovechar rápidamente nuevas oportunidades de negocios, por cuanto la protección de los derechos de propiedad en los registros comerciales, tiene una repercusión positiva en las empresas de todos los tamaños pero su efecto sobre las pequeñas y medianas empresas es especialmente notable. Al poder demostrar que tienen títulos legales de sus bienes, los propietarios de las PYME pueden utilizarlos como garantía y ampliar su acceso al crédito. Es importante que las PYME registren sus marcas comerciales y patentes de inversión para poder capitalizar su inversión en activos de carácter intangibles.

20. La creciente importancia del conocimiento es un factor no sólo de la producción, sino principalmente fuente de enriquecimiento cultural y de poder. Por ello el uso de la Propiedad Intelectual debe considerarse como herramienta para:

- para mejorar la competitividad en el ámbito nacional de la empresa;
- incentivar la producción científico-tecnológica.
- mejorar la calidad en las unidades de producción;
- aumentar la productividad de la empresa, o bien reducir los costos en la producción;
- estrechar las relaciones de los centros de investigación y/o Universidades y las empresas; y
- desarrollar políticas productivas, educativas y culturales.

21. Por ejemplo, un estudio del CEPAL de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial publicado a inicios del presente año, señala que la competencia entre los países europeos es fuerte y están basada en productos de alta calidad, procesos de producción tecnológicamente avanzados, altos niveles de calidad y alta calificación de los empresarios y trabajadores. Las PYME alemanas dirigen el 75 % de sus exportaciones a otros países de la Unión Europea. La introducción de una moneda común y la integración de los Estados de Europa Oriental a este mercado aumentará la competitividad y agilizará el cambio estructural en Alemania y creará, a su vez, nuevas oportunidades para las empresas.

22. Un ejemplo de uso de la Propiedad Intelectual, lo encontramos en las empresas que tienen como actividad comercial la producción de música, cine, televisión, editoriales, o el desarrollo de programas de computadoras (software), ya que ellas dependen del buen uso y protección de los derechos de autor.

23. Otro ejemplo a señalar del uso correcto de la propiedad intelectual, son los signos distintivos o marcas. Estos signos son utilizados por los industriales, comerciantes o profesionales con el objeto de precisar la fuente o procedencia del producto o servicio, y puede ser extremadamente valioso, incluso más que los activos fijos de la empresa titular ya que logra asociar en el consumidor la relación de producto y empresa.
24. Hace unos doscientos años, las marcas perseguían esencialmente proteger al consumidor frente a productos de escasa calidad. Cien años más tarde con los cambios generados por la Revolución Industrial que permitió una producción en masa, la marca adquiere un significado de *instrumento de venta* y principalmente de *distinción* de la procedencia empresarial de los productos.
25. En nuestros días, el desarrollo e introducción de productos altamente competitivos ha generado que el éxito comercial no se base solamente en elementos objetivos sino también, en la presencia de otros factores necesarios, entre los cuales la publicidad cumple un rol fundamental. Esta diferenciación o distinción de productos se ha logrado a través del fenómeno publicitario, dotando al producto o servicio de una imagen atractiva asociada a la marca, que caracteriza y personaliza al correspondiente producto o servicio respecto a productos o servicios semejantes de los competidores
26. Las marcas, valen lo que vale en un mercado. Marcas sin uso son puramente nominales. Ahora bien las marcas no requieren ser registradas. Su registro es opcional, *pero es indispensable su registro* si se aspira a tener legalmente garantizada la *exclusividad de su uso*, y lo que deseamos señalar al referiremos a *exclusividad* es la capacidad del titular de excluir a terceros y particularmente a los competidores, del círculo económico que se encuentran en el mercado de su propio producto.
27. También el objeto de la protección marcaría es evitar la posibilidad de confusión de las marcas, o de confusión de su procedencia mediante asociaciones erróneas con otros productos o servicios de la misma clase. La confusión priva de mercado al titular legítimo y al mismo tiempo conduce al consumidor hacia lo que en realidad no busca.
28. Los enemigos de la protección marcaría son la confusión y el engaño, los cuales llevan inevitablemente a la devaluación de la fuerza del signo y a la descalificación de su expectativa de nivel cualitativo, es decir que afecta su reputación y clientela.
29. Otra herramienta útil para el empresario, es la protección que ofrece la vía del diseño industrial (modelos y dibujos industriales o artísticos). Esta protección es la más lógica que se necesita si se trata de productos o envases.
30. Los dibujos y modelos industriales son en realidad obras pertenecientes al sector de las artes plásticas, a las que se ha dado en estos casos un destino industrial, bien porque el propio autor las ha concedido y realizado mirando a esa finalidad, bien porque, después de creadas sin finalidad industrial alguna, viene a dárseles esa aplicación.

31. Los intereses económicos representados por estas creaciones formales son de enorme cantidad. En ellas encontramos la industria del modelado, los productos de cerámica, envases, carrocerías, etc. En esta actividad tenemos verdaderos artistas y creadores de útiles muy diversos para satisfacer las necesidades y la decoración, ya sea para adornar o embellecer un producto industrial o para hacerlo atractivo en su forma y que forzosamente han de respetar las características originales del prototipo al darse la fabricación en serie.

32. No es posible concluir una presentación de pequeñas y medianas empresas, sin hacer referencia a una herencia de nuestra cultura precolombina, muchos oficios tales como la alfarería, la cerámica, la cestería, la piedra, los metales y los textiles han perdurado hasta el presente. Estudios nos indican que en América Latina contamos con cerca de 30 millones de artesanos. Sin embargo, la mayoría de los artesanos e inclusive algunos Grandes Maestros no buscan la protección de sus creaciones, por ello son muy pocos los que tienen el reconocimiento por sus creaciones y no reciben el beneficio económico que le corresponde. La falta o una inadecuada protección de las creaciones artesanas, *trae como principal consecuencia la disminución del interés de los artesanos por la creatividad.*

33. Algunos instrumentos como el registro de derechos de autor, los registro de marca, las marcas colectivas cuando son varias las asociaciones de productores, las marcas de fábrica, las certificaciones o denominaciones de origen entre otros,² son mecanismos de protección jurídica aplicables a las artesanías, y por supuesto, herramientas que nos ofrece el Sistema de Propiedad Intelectual, que permiten generar fuentes de ingresos económicos.

[Sigue el Anexo I]

²

Se están presentando casos, que ciertas artesanías típicas de ciertos países y que tienen gran aceptación en los mercados, están siendo “fabricados en serie en otros países”, con otros materiales y otros acabados que agota o destruyen la “imagen de esa artesanía”, con la consecuente disminución de los precios, perdiendo además la identidad nacional del producto

ANEXO I

ELEMENTOS PARA COMPRENDER EL CONCEPTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Ya sabemos que el autor de una obra musical, el escritor de un libro o el inventor de una herramienta o procedimiento es, en cierta forma, dueño de su creación. Cada vez, que compramos esos bienes protegidos, parte de lo que pagamos vuelve al propietario como recompensa por el tiempo, el dinero, el esfuerzo y las ideas que invirtió en la creación de su obra.

La expresión Propiedad Intelectual se reserva a los tipos de propiedad que son el resultado de creaciones de la mente humana, del intelecto. Los Estados al momento de redactar el convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), no dieron una definición formal de Propiedad Intelectual. Lo que hicieron fue establecer una lista de los derechos en su relación con:

- las obras literarias, artísticas, y científicas;
- las interpretaciones de los artísticas, intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, a los fotogramas y las emisiones de Radiodifusión;
- las invenciones en todos los campos de la actividad humana;
- los descubrimientos científicos;
- los dibujos y modelos industriales;
- las marcas de fábrica, de comercio, y de servicio, así como los nombres y denominaciones comerciales;
- la protección contra la competencia desleal; y
- todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industriales, científicos, literarios y artísticos.³

Algunos ejemplos de derechos de propiedad Intelectual:

- una empresa desea asegurar que nadie más podrá utilizar su logo = marca
- un cantante desea ceder los derechos de reproducción de un vídeo que realizó en un concierto = derechos conexos
- una nuevo medicamento = una patente
- un nuevo embalaje o protección especial para transportar productos frágiles = un dibujo o modelo industrial

División de los Derechos Intelectuales:

Los derechos intelectuales se dividen en dos grandes grupos o disciplinas, los derechos de autor y los derechos de propiedad industrial. Podemos decir que tanto los derechos de autor como los derechos de propiedad industrial, tienen rasgos comunes, y también importantes diferencias.

³ Fuente: Convenio que establece la OMPI, firmado en Estocolmo, Suecia el 14 de julio de 1967.

Los derechos de autor, reflejan la personalidad del autor y por ello su titular goza de derechos morales y patrimoniales. Conceden al autor el disfrute de sus derechos morales y patrimoniales, los derechos del autor nacen al momento de crear su obra intelectual, y su valor lo encontramos en la originalidad del mismo.

El derecho de autor abarca las obras literarias o artísticas, tales como novelas, poemas, obras de teatro, películas, obras musicales, dibujos, pinturas, fotografías, esculturas, programas informáticos, bases de datos y diseños arquitectónicos. Los derechos conexos o afines, incluyen los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre sus interpretaciones o ejecuciones, los de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y televisión.

Los Derechos de Propiedad Industrial, comprende las nuevas creaciones y los signos distintivos. Las nuevas creaciones o mejor dicho las invenciones, tienen su valor, en la utilidad del objeto, su novedad y su aporte de progreso técnico. Para disfrutar los derechos sobre las invenciones hay que cumplir los requisitos y formalidades que el Estado demande. No debemos olvidar que la invención representa un salto técnico de interés colectivo. Los signos distintivos son medios identificadores que utiliza el empresario para distinguir sus establecimientos o los productos que fabrica o comercializa, o bien los servicios que brinda.

Los derechos de propiedad industrial nacen a la vida jurídica, casi siempre por un acto administrativo del Estado según el país de que se trate y esta regulado usualmente en los códigos o leyes de los actos de comercio o mercantiles en cada país, y en principio por ser concedidos por un acto administrativo del Estado, la jurisdicción de dichos derechos tienen *como límite la territorialidad lo que significa, la limitación de la eficacia al territorio del Estado que reconoce su tutela y en consecuencia la necesidad de satisfacer las exigencias y en particular los requisitos de obtención y mantenimiento puestos por la legitimación de cada Estado para asegurar una protección real en su respectivo territorio.*

Los empresarios, al marchar en caminos distintos a los convencionales, han encontrado el papel estratégico que ofrece las pequeña y mediana empresas, muchas de ellas han predominado en los sectores productivos y comerciales, lo que les permite una competitividad mayor.

El objetivo de la protección de la propiedad intelectual (con excepción de las marcas y las indicaciones geográficas) es promover y proteger la creatividad y la innovación intelectual. Lo que se pretende es un equilibrio entre los derechos y los intereses de los creadores e innovadores, por una parte y los del público en general por otra. De esa manera, concediendo derechos exclusivos sobre una invención, por ejemplo, el sistema de propiedad intelectual alienta la innovación, recompensa el esfuerzo creativo y protege la inversión necesaria para realizar y comercializar la invención.

El sistema de patentes promueve la divulgación de las invenciones e innovaciones, en lugar de mantenerlas como secretos comerciales y de esa manera enriquece el conocimiento a disposición del público.

No debemos de olvidar que el sistema de propiedad intelectual responde también a las necesidades del público en general. La mayoría de los derechos de propiedad intelectual tienen una duración limitada. Después de ese plazo las creaciones pasan a ser de dominio público (a excepción de las marcas y las indicaciones geográficas que pueden subsistir indefinidamente, ya que están encaminadas a la protección del buen nombre y de la reputación de los comerciantes y de sus productos y a prevenir el uso no autorizado de aquellos signos que podrían inducir en error a los consumidores.

La promoción y protección de la propiedad intelectual puede también estimular el crecimiento económico, crear nuevos puestos de trabajo y nuevas industrias, y aumentar la calidad de vida y su disfrute.

[Fin del Anexo I y del documento]