

Diez claves de Propiedad Industrial e Intelectual para emprendedores



Todos sabemos lo importante que resulta hoy día presentarse en el mercado con una propuesta de valor nueva, original y distinta. Para lograr esto, resulta muy útil cuestionarse, antes de lanzar un nuevo proyecto empresarial, cuáles van a ser los elementos diferenciales de la futura empresa, aquellos que te van a permitir desmarcarte de la competencia.

Con la ayuda de un experto en propiedad industrial e intelectual, y siguiendo estas sencillas claves, conseguirás identificar y proteger algunos de ellos:

1. **Si crees que tú idea, método o modelo de negocio es algo innovador, creativo u original, blíndalos.** Para ello, lo más recomendable es conferirles un tratamiento confidencial, lo que implica, entre otras medidas, incluir reservas de confidencialidad en las presentaciones, o suscribir acuerdos de confidencialidad con potenciales socios, inversores, colaboradores, proveedores y clientes, antes de compartir con ellos información sobre tu proyecto. Piensa que cualquier divulgación o uso no autorizado de la misma podría hacerte perder valor en el mercado.

También es recomendable analizar si puede asegurarse a través de alguna de las distintas figuras de protección de la propiedad intelectual disponibles, tales como la inclusión de una reserva de derechos de autor (copyright) en los documentos, archivos o soportes que plasmen dicha idea, método o modelo de negocio, o su inscripción en el Registro de la Propiedad Intelectual. Ambas medidas son sencillas de adoptar y no implican prácticamente coste, pero sin duda te ayudarán a demostrar, llegado el caso, que eres el auténtico creador del proyecto, y por tanto el titular de todos los derechos que pudieran derivarse de su explotación.

2. **Analiza si la marca que has elegido como imagen de tu empresa es similar a otras marcas ya conocidas o previamente registradas** por terceros, tanto en el apartado denominativo como gráfico. Si no se aprecian similitudes importantes, solicita el registro de tu marca en aquellos países y territorios de tu interés antes de ofrecer en ellos tus productos o servicios. Vigila el uso que de tu marca y demás elementos de tu imagen corporativa puedan hacer terceros sin tu autorización, especialmente a través de internet.

3. **Hazte con los principales nombres de dominio asociados a tu marca** (.com, .es, o los directamente relacionados con tu actividad: .hoteles, .moda, etc.) y protege el resto de elementos que conformen tu imagen corporativa (presentaciones, catálogos, diseños, dibujos, packaging, etc.). Incluye copyright, avisos legales y condiciones de uso en tu página web.
4. **Analiza el conocimiento crítico que atesora tu empresa y, si es posible, protégelo** (vía patente si es patentable, o vía secreto empresarial, si no lo es). Adapta el nivel de protección de tu conocimiento crítico a la estrategia y presupuesto de tu empresa, priorizando en función de los objetivos a corto, medio y largo plazo. Por último, analiza si dicho conocimiento podría infringir derechos de terceros en aquellos mercados a los que piensas dirigirte (en este punto es especialmente recomendable la ayuda de un experto).
5. Diseña una **política de protección del conocimiento** que contemple tanto las relaciones internas (con tus socios, inversores y personal en plantilla) como las externas, y que sirva para garantizar la adecuada utilización de tus activos de conocimiento y la no divulgación de los mismos sin tu autorización expresa. Las medidas a adoptar dependerán unas veces de la naturaleza concreta del conocimiento a proteger, y otras de las particulares condiciones que rodeen a tu empresa.
6. **Transmite** a tu plantilla, inversores, proveedores, socios, clientes y colaboradores, reales o potenciales, tu política de protección del conocimiento. El primer paso para lograr una protección efectiva del patrimonio intelectual de tu empresa es hacerles ver a todos ellos lo importante que es para ti que lo reconozcan, valoren y respeten.
7. **Incorpora** la protección y gestión de la propiedad industrial e intelectual tanto en tu plan de negocio como en tu posible plan de expansión o internacionalización.
8. **Vigila el entorno en busca de oportunidades**, bien para ofrecer tu tecnología a terceros o bien para incorporar tecnología de terceros a tu empresa. Piensa que en un mercado cada vez más globalizado, las posibilidades de colaborar con otras empresas se multiplican. Incluso quienes en principio parten como potenciales competidores, pueden llegar a convertirse en aliados gracias a la colaboración y el intercambio.
9. Analiza las **posibilidades de explotación de tu conocimiento** vía acuerdos de transferencia (licencia o cesión, ingeniería, franquicia, outsourcing, asistencia técnica, formación, etc.) ya que es una fórmula ágil para desarrollar tu negocio a la vez que pones en valor tu principal activo.
10. Si crees que tu conocimiento crítico es también la esencia de tu proyecto, **cuantifica su valor**, en unos casos para incorporarlo a tu patrimonio contable, pero sobre todo como herramienta para negociar con posibles nuevos socios, inversores, colaboradores o clientes. El valor de tu conocimiento debe poder medirse en euros, de otro modo nunca sabrás lo que te hubiera costado no tenerlo.