
Plataformas de innovación y propiedad intelectual



Fuente: www.pestleanalysis.com

derechos de autor, diseños industriales, etc.).

El valor comercial de las empresas ha cambiado en los últimos años. Según la revista Portafolio, “en 1985 el valor de los activos tangibles en libros representaba el 50% del valor del mercado de las empresas. Quince años más tarde su valor en libros representa el 20% del valor del mercado y el 80% restante es atribuido a los intangibles de la compañía” (patentes, marcas,

Sin embargo, en Colombia todavía existe un gran desconocimiento en temas de propiedad intelectual, evidenciando una brecha importante con respecto a otros países. En el año 2014 se presentaron 2.158 patentes de invención, de las cuales sólo 259 eran de residentes, es decir, empresas o inventores colombianos. Esto quiere decir que el 87% daba exclusividad de uso de tecnologías, productos y procesos a empresas extranjeras.

Pero el asunto no es sólo de cantidad, sino de calidad. ¿Qué pasa con la mayoría de patentes presentadas en nuestro país? Según cifras de la Superintendencia de Industria y Comercio (ente encargado de recibirlas) sólo el 41% de éstas son concedidas, lo que indica que las tecnologías, productos o procesos presentados no cumplen con los requisitos mínimos y que, en últimas, no resultan tan novedosos.

Otras cifras importantes muestran que las patentes concedidas en Estados Unidos alcanzan el 60%, mientras que las que se comercializan a nivel mundial están por debajo del 5%. Esto indica que las deficiencias en el sistema de patentes son un asunto global y que los desarrollos de empresas, universidades e inventores no están teniendo alto valor comercial.

En cuanto a las ganancias de exportaciones de propiedad intelectual, Estados Unidos lidera seguido por la Unión Europea. En estos lugares, la tasa de comercialización de

patentes y franquiciamiento de marcas es mucho más alta. En Colombia las empresas a duras penas tienen conocimiento sobre la importancia del tema, por lo que resulta todavía más difícil que logren comercializar o internacionalizar sus inventos.

Aunque cumplir los requisitos es fundamental, encontrarle a dichos desarrollos un espacio en el mercado es de vital importancia. Hay casos de patentes otorgadas en Estados Unidos sin ningún potencial comercial: una máscara para dejar de comer, un pañal para pájaros, un detector con láser para Santa Claus, entre otros.

Por todo lo anterior, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la Superintendencia de Industria y Comercio, decidieron liderar un programa que no sólo permitiera incentivar y fortalecer el tema de la propiedad intelectual, sino promover los desarrollos e inventos con potencial comercial, pues no tiene ningún sentido que las empresas y universidades se llenen de patentes con ninguna posibilidad de explotación, sobre todo cuando éstas implican un costo para las organizaciones.



Fuente: www.sic.gov.co

Dicho programa, que ha sido apoyado también por Colciencias y Ruta N, fue denominado Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación (CATI), y busca también informar adecuadamente a las compañías o inventores individuales a través de asesorías que no tienen ningún costo. Y es que en propiedad intelectual existe un portafolio lo suficientemente diverso. Hay que tener en cuenta, por ejemplo, todo lo que gira alrededor del registro de marcas. En el 2009 se estimó que Bavaria, como marca, tenía un valor superior a los 1.000 millones de dólares.

Adicionalmente, existen los diseños industriales. El Grupo Familia es muy reconocido por sus empaques y envases, por lo que recurre constantemente a ese tipo de protección. Los secretos industriales, por su parte, tienen como mejor ejemplo a Coca Cola, quien ha logrado guardar durante 100 años la formulación de esta bebida gaseosa. Esta opción implica seguir una serie de buenas prácticas, como la firma de acuerdos de confidencialidad con empleados y proveedores, muy buen manejo de información clasificada de las fórmulas, cláusulas de propiedad intelectual en los contratos de sus trabajadores y demás.

Otra de las opciones del portafolio de protección son los derechos de autor. Esta medida es la que permite, en Colombia, proteger un software, ya que en nuestro país este tipo de desarrollos no se pueden patentar.

En resumen, las cuatro premisas tenidas en cuenta por Ruta N y la Superintendencia para generar una estrategia de propiedad intelectual, no sólo para la región, sino para el país son:

- ✓ Aumento en el porcentaje de patentes residentes
- ✓ No es sólo cuestión de cantidad. La calidad es más importante
- ✓ Patentes con potencial comercial
- ✓ Portafolio integral de propiedad intelectual

Riesgos y beneficios

Más que hablar de propiedad intelectual, es necesario tener muy claro qué implica tener patentes, registros de marca y demás. Hace algunos años, una empresa que produce globos decorativos se acercó a Tecnova para pedir asesoría, pues quería patentar un material que habían estado desarrollando en los últimos meses y que prometía ser más resistente y económico. Al hacer una revisión de patentes existentes, se dieron cuenta de que dicho material ya existía y por supuesto ya había sido patentado.

La falta de información y asesoría hizo que esta compañía invirtiera dinero, tiempo y otros recursos en una investigación cuyos frutos no pudieron ser aprovechados como esperaban. Casos como este ratifican la importancia de considerar el tema de propiedad intelectual desde el inicio de cada proyecto. Es supremamente importante hacer un mapeo previo de patentes existentes y pensar en proteger el desarrollo desde el principio, y no esperar hasta el final.

Otro caso reconocido a nivel mundial es el litigio entre Mattel y MGA por la famosa muñeca Barbie, líder en el mercado por más de 50 años. Ésta se encuentra protegida por marca tridimensional, lo que implica que Mattel puede renovar constantemente su protección y tener siempre los derechos sobre la forma de la muñeca. A pesar de que esta compañía trabaja fuertemente el tema de propiedad intelectual, cometió un error en las cláusulas de los empleados.

Uno de sus trabajadores tuvo la idea de desarrollar una versión renovada de la Barbie, conocidas en el mercado como las Bratz. Luego de desarrollar el prototipo, lo presentó ante los directivos, pero no le prestaron mucha atención. Decidió entonces ir a la competencia y a los ocho días ya estaba trabajando en esa compañía. Hoy, Bratz tiene alrededor del 40% del mercado.

Mattel inició un litigio contra MGA, pero al revisar las cláusulas de propiedad intelectual que tenían con sus empleados, se dieron cuenta de que sólo se protegían las invenciones que ellos desarrollaran dentro de su contrato laboral, entendiendo esto como procesos o productos ya terminados. Como el empleado lo que tenía era simplemente una idea, podía disponer de ella sin ningún problema.

Gatorade es un buen ejemplo de trabajo colaborativo alrededor de la protección de un producto. La bebida fue desarrollada por la Universidad de Florida, luego de que uno de los entrenadores del equipo de fútbol americano se acercara a un científico de la institución, preocupado por la pérdida de peso de sus jugadores después de los partidos, entre otros asuntos.

Fue así como desarrollaron una bebida con electrolitos, sodio y otros componentes que lograrían contribuir a la buena hidratación de los deportistas. Al testearla en ellos, vieron que efectivamente su rendimiento mejoraba, por lo que decidieron agregarle saborizantes. Viendo el potencial de negocio que tenían entre manos, decidieron acercarse a la compañía Stokely-Van Camp, de Indianápolis, con quien finalmente desarrollaron la patente para luego lanzarlo. Actualmente, Gatorade tiene más del 80% del mercado de bebidas deportivas. El licenciamiento de la patente en diferentes países les ha dejado, tanto a la compañía como a la universidad, importantes regalías.

Pero no sólo la fórmula está protegida. La marca y el diseño de la botella, por ejemplo, también lo están; esta última mediante diseño industrial. A lo anterior se le suman secretos industriales y otra serie de activos de propiedad intelectual que se han ido sumando.

Estrategia



Fuente: www.computerhoy.com

La importancia de la propiedad intelectual es clara; no en vano ha resultado ser una preocupación global. ¿Pero cuál es la estrategia de Ruta N y de la Superintendencia de Industria y Comercio en cuanto al acompañamiento que deben recibir las organizaciones e inventores independientes?

Existen actualmente tres enfoques:

- ✓ Orientación y protección, realizado a través de CATI.
- ✓ Identificación, llevado a cabo por las Brigadas de Patentes. Estos entes son los encargados de identificar qué activos son susceptibles de protección en las organizaciones y sus proyectos.
- ✓ Protección, liderada por el Fondo de Protección. Éste fue creado al ver que proteger mediante patentes en Colombia resulta costoso, y que muchas veces las empresas pequeñas o inventores particulares no pueden acceder a una buena firma de abogados que les haga una redacción estratégica. Las universidades,

trabajadores independientes y empresas pequeñas pueden acceder a un descuento del 80%, mientras que las grandes compañías tienen el 50%.

Los CATI's, como se dijo anteriormente, son Centros de Apoyo a la Tecnología y la Innovación. A mediados del 2015, Ruta N y Colciencias decidieron abrir un CATI regional. Éste cuenta con alrededor de siete profesionales con experiencia en diferentes áreas, quienes brindan orientación gratuita en temas de propiedad intelectual, dependiendo de la etapa de desarrollo en la que se encuentre el proyecto.

El portafolio de servicios comprende los siguientes ejes:

- ✓ Búsqueda tecnológica, comercial y normativa: Apoyo a usuarios a identificar si realmente el proyecto que tienen es novedoso, si hay tecnologías similares, competidores o si pueden encontrar aliados para desarrollarlo en conjunto más adelante. La intención del CATI es que los usuarios aprendan a realizar esta tarea a través de la utilización de herramientas tecnológicas, pues más que entregarles todo terminado, el objetivo es enseñarles sobre manejo de bases de datos y demás para instalar capacidades en las organizaciones.
- ✓ Gestión de la propiedad intelectual: Identificación de la estrategia de protección adecuada para un proyecto determinado (patentes, cláusulas, secretos industriales, etc.). Así mismo, se evalúa la libertad de explotación, se hacen análisis de patentabilidad y antecedentes marcarios, y se ofrece apoyo en el trámite de cualquier mecanismo de protección frente a la Superintendencia, incluyendo incluso la redacción de patentes.
- ✓ Estrategia de comercialización o transferencia de activos protegidos: El interés de Ruta N va más allá de proteger activos mediante patentes, por lo que ha decidido incentivar su comercialización, identificando posibles modelos de negocio y estableciendo el valor de dicho activo en el mercado. La idea es, entonces, definir estrategias de licenciamiento.

Como beneficio adicional, el CATI, por ser una iniciativa de la Superintendencia, ofrece 50% de descuento en la tasa de radicación de cualquier mecanismo de protección a los usuarios que se acerquen para recibir asesoría.

Con estas iniciativas, Ruta N y Colciencias esperan fortalecer en la región el tema de la propiedad intelectual, promoviendo así la protección de activos que pueden representar oportunidades de explotación, internacionalización y comercialización importantes.

Plataforma para gestionar la innovación

En un mundo cada vez más permeado por la globalización y en donde las compañías luchan a diario para ser líderes en mercados tan competitivos, la generación de ideas y la participación de todos los empleados, sin importar formación ni cargo, se ha convertido en un asunto fundamental.

La innovación abierta es un proceso que se basa en nuevas formas de colaboración y transparencia. Es una forma de pensar, no una categoría de innovación. Sin embargo, representa todo un reto para el sentido común, sobre todo porque implica articularse con otros. Pero además de esa articulación, se requiere de una adecuada gestión. Aquí es donde la tecnología ha realizado su gran



Fuente: www.debrasweet.com

aporte. La creación de plataformas que permiten generar y administrar procesos de innovación abierta ha sido una gran ayuda para las organizaciones que quieren aprovechar el ecosistema y el conocimiento global para solucionar sus problemas o necesidades.

El contexto colombiano ha sido testigo, en los últimos años, del interés que tienen las compañías por abrir fronteras y buscar soluciones incluso de la mano de ciudadanos del común. Así lo evidencia el lanzamiento de diversos retos en diferentes sectores e industrias. Las empresas están empezando a contarle al mundo sus problemas para recibir y escuchar ideas provenientes de todo tipo de fuentes.

Pero volvemos a la pregunta de antes: ¿cómo organizar, procesar y evaluar cientos o miles de ideas? Spigit es una de las herramientas que han surgido para apoyar en las organizaciones la innovación abierta. Esta plataforma integra los conceptos de crowdsourcing y gamificación con el fin de facilitar la gestión de retos, buscando convertir las ideas en impacto para las empresas.

¿Pero qué es crowdsourcing? Es precisamente el proceso de obtener ideas, soluciones o servicios gracias a la contribución de una comunidad, especialmente a través de internet. Según lo expuesto por la empresa Eforcers, el crowdsourcing se puede resumir en ocho pasos básicos.

1. La empresa tiene un problema
2. El problema es formulado en la red
3. Se convoca a la comunidad para que aporte soluciones
4. La comunidad plantea soluciones alternativas al problema
5. Las soluciones son valoradas y se elige entre múltiples de ellas
6. La mejor solución recibe recompensas
7. La empresa adquiere los derechos de uso de la solución
8. La solución se aplica y se consiguen resultados

Son muchas las marcas reconocidas a nivel mundial las que han utilizado el crowdsourcing como estrategia. En el 2013, por ejemplo, Lays lanzó el concurso “Haznos un sabor”; el reto era, como su nombre lo sugiere, proponer nuevos sabores para sus papas. Al cabo de tres meses, la compañía recibió 3.8 millones de propuestas.



Fuente: www.spigit.com

probabilidades de acertar en la respuesta son mayores. Es por eso que la votación en estos procesos es fundamental. La comunidad que está participando en el reto es la llamada a elegir las mejores ideas.

Spigit tiene varias maneras de realizar crowdsourcing estructurado. Una de ellas funciona con el principio de Quién quiere ser millonario, es decir, preguntarle al público es siempre mejor que llamar a un amigo; las

Las propuestas incluyen, además de la información básica, datos importantes para la compañía que expone su necesidad o problema: los ingresos que generará por año, los costos y tiempos de implementación. Una vez el desafío ha terminado, la plataforma permite ver un mapa que clasifica las ideas según dichas variables, indicando además la rentabilidad y su popularidad, lo que facilita la toma de decisiones al interior de la organización.

Otra de las alternativas se denomina “votación por pares”. Muchas plataformas lo que hacen es mostrar las ideas registradas en una lista que normalmente se organiza de las más nuevas a las más antiguas. Esto hace que sea difícil conocerlas y evaluarlas todas. Por eso Spigit decidió implementar un sistema que permite repartir todas las ideas de manera aleatoria y por parejas entre los participantes. Así, cada uno vota por la que más le guste, asegurando que ninguna iniciativa se quede sin evaluación.

Como se mencionó anteriormente, la plataforma se basa en otro concepto conocido como gamificación. Éste se refiere a una estrategia que utiliza mecánicas de los juegos para

motivar a las personas a participar en determinado tipo de actividades, logrando además fidelizar a los usuarios.

Asociando la gamificación a la plataforma, Spigit permite premiar la participación de los usuarios a través de puntos o medallas que además van construyendo su reputación. Si la compañía lo decide, se puede abrir también una tienda o catálogo de premios que sus empleados pueden redimir por dichos puntos.

Muchas empresas han utilizado este tipo de estrategias para fidelizar a sus clientes. Nike, por ejemplo, abrió en México un sitio de subastas online donde la gente podía ofertar por productos exclusivos, pero no con dinero, sino con los kilómetros acumulados en la aplicación Nike +. Coca Cola, por su parte, decidió regalarles botellas de gaseosa gratis a quienes bailaran frente a una pantalla en Seúl.

Atendiendo la importancia del reconocimiento, Spigit abre un tablero de ganadores mostrando las ideas que se convertirán en proyecto y, por supuesto, sus proponentes. Además, establece un “top de innovadores” que reconoce a los usuarios más participativos en la plataforma, es decir, quienes más comentan y votan por las ideas de los demás.

El tema de las recompensas, sin embargo, hay que saberlo llevar, sobre todo si apenas se está desarrollando una cultura innovadora al interior de la organización. Lo recomendable es no establecer, de entrada, premios de un valor muy alto, pues muy posiblemente los empleados se acostumbren a recibir ese tipo de incentivos en cada reto o desafío que la empresa proponga.

Spigit cuenta actualmente con importantes clientes de diferentes sectores a nivel mundial, como Coca Cola, Dupont, Citi, Bose, P&G, Nike, Sony, Siemens, Ecopetrol, Electrolux y Deloitte, entre otros.

Conclusiones

- ✓ El valor de las compañías ha cambiado en los últimos años. La importancia de los activos tangibles ha ido migrando hacia los intangibles, hacia el conocimiento.
- ✓ Es sumamente importante que las organizaciones se preocupen por evaluar el tema de propiedad intelectual al iniciar un proyecto de innovación. No es recomendable esperar hasta el final para tomar decisiones al respecto.
- ✓ La protección de activos intangibles no se refiere únicamente a patentes. Existen otros mecanismos como el diseño industrial, los registros de marca, derechos de autor, secretos industriales, entre otros.

- ✓ El estudio de patentes existentes no sólo es importante para no infringir ninguna norma a la hora de querer proteger algún activo; es también muy útil para saber qué están haciendo en otros países, qué tecnologías han surgido y si se pueden aprovechar localmente para otros desarrollos.
- ✓ El compromiso del Estado en manos de Colciencias y de entes municipales (como el caso de Ruta N y Tecnnova en Medellín) por los temas de difusión y aprendizaje sobre la propiedad intelectual, es un asunto estratégico para una región y un país.
- ✓ La gestión de la innovación hoy en día implica tener muy en cuenta la gestión y explotación del conocimiento, y para esto se necesitan personas y organismos capacitados.
- ✓ El ABC de la propiedad intelectual debe ser un requisito esencial de quien hoy gestione la innovación en una organización. Es muy importante conocer los mecanismos para explotarla en diversos mercados.
- ✓ La innovación abierta no es una fórmula mágica que va a solucionar todos los problemas de una empresa. Es simplemente una herramienta muy poderosa que permite detectar oportunidades, reducir costos y mejorar la rentabilidad.
- ✓ La gestión de la innovación abierta suele ser mucho más eficaz y eficiente cuando se utilizan plataformas que permitan evaluar las ideas por medio de la participación activa de la comunidad.
- ✓ Los incentivos y mecanismos de fidelización son importantes a la hora de proponer retos o desafíos en una organización.

Conferencistas

Diana Marcela Cetina es ingeniera química y magíster en ingeniería química. Trabajó durante cuatro años en Tecnnova como coordinadora de inteligencia competitiva, apoyando también la unidad de patentes. Actualmente es la coordinadora del Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación, CATI, de Ruta N.

Andrés Cifuentes es ingeniero de sistemas con especialización en ingeniería de software, y Gerente General de Eforcers. Ximena Ostos es ingeniera de sistemas y magíster en administración. Actualmente se desempeña como Directora de Innovación y Desarrollo de Eforcers.