

SANTANDER
2006



SEMINARIO

Gestión de la innovación y patentes

Miguel Ángel Gutiérrez Carbajal

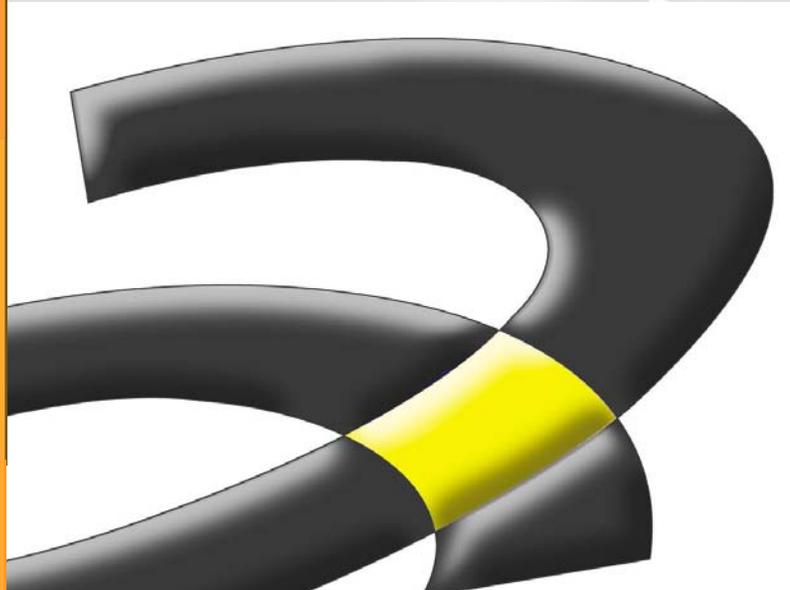
Santander, del 19 al 23 de junio de 2006

Innovación y patentes

MARTES 20

*La internacionalización de las patentes
Problemas y oportunidades*

José María Gil Peña
Departamento de Patentes
Dirección Innovación y Marketing



I³

Iniciativa
Innovación
Integración

Grupo Antolin

sumario

2

- **INTRODUCCIÓN**
- **ALGUNAS CONSIDERACIONES REVIAS**
- **OPORTUNIDADES** que ofrece la internacionalización
- **EI RIESGO** al no internacionalizar la protección de la Innovación
- **EL PROCESO DE INERNACIONALIZACIÓN**
- **RIESGOS y DIFICULTADES** del proceso de internacionalización
- **OPORTUNIDADES** a la hora de internacionalizar

INTRODUCCIÓN

3

¿POR QUÉ hablamos de Riesgos y Oportunidades?

- Los RIESGOS por no patentar
Necesidad de proteger en el exterior
- Los RIESGOS del proceso de internacionalización
Barreras a superar
- Las OPORTUNIDADES de abrirse al exterior
Valor añadido
- las OPORTUNIDADES a la hora de elegir la forma de proteger
Estrategia de protección

INTRODUCCIÓN

4

QUIEN LES HABLA Y SU ENTORNO: EL GRUPO ANTOLIN

- ▶ Empresa familiar
- ▶ Origen en los 50
 - Rótulas de suspensión y de dirección
- ▶ Años 60/70:
 - Estrategia de diversificación (primer guarnecido de techo autoportante)
- ▶ Años 80:
 - Grupo Antolin was launched as a holding
- ▶ 90s:
 - La estrategia se focaliza en el interior del vehículo
 - Proximación al cliente en todo el mundo, localizando oficinas técnico-comerciales cerca de los centros de decisión más importantes de la Industria del Automóvil
- ▶ Actualmente:
 - Multinacional líder en el diseño y fabricación de componentes del interior del automóvil y en sistemas modulares

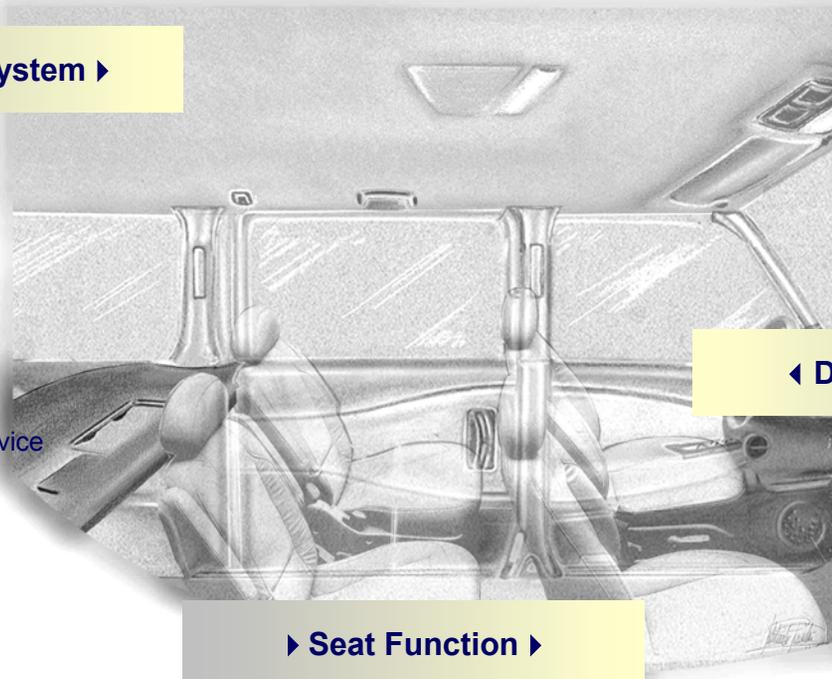
INTRODUCCIÓN

QUIEN LES HABLA Y SU ENTORNO: EL GRUPO ANTOLIN

5

► Overhead System ►

- Headliner
- Sunvisors
- Accessories
- Pillars
- Safety
- Sound insulation
- Solar Protection Device
- Package tray
- Electronics



◀ Door Function ◀

- Door panels
- Window regulators
- Accessories
- Acoustics
- Safety
- Electronics

► Seat Function ►

- Seats
- Seat frames
- Seat covers
- Mechanisms

INTRODUCCIÓN

QUIEN LES HABLA Y SU ENTORNO: EL GRUPO ANTOLIN

6



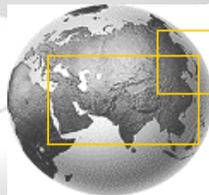
▶ Europe

- ▶ Spain
- ▶ Germany
- ▶ Slovakia
- ▶ France
- ▶ United Kingdom
- ▶ Czech Republic
- ▶ Portugal
- ▶ Turkey



▶ America

- ▶ United States
- ▶ Mexico
- ▶ Argentina
- ▶ Brazil



▶ Africa-Asia-Pacific

- ▶ South Africa
- ▶ China
- ▶ India
- ▶ Thailand
- ▶ Japan
- ▶ Iran

INTRODUCCIÓN

7

QUIEN LES HABLA Y SU ENTORNO:

EL SECTOR DE PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA DEL AUTOMOVIL Y SU DIFERENCIACIÓN CON OTROS SECTORES

- Alto grado de competitividad
- Amplio espectro tecnológico
- Innovación
- Dinamismo:
 - Entorno cambiante (macroeconómico y sectorial)
 - Evolución tecnológica
 - Muy sensible a la evolución macroeconómica
 - Márgenes de negocio estrechos
 - Relación compleja entre empresas (tanto vertical como horizontal)
- Alta exigencia tanto en precios como en plazos de desarrollo
- Relación muy vulnerable entre clientes y proveedores
- Sector muy exigente
- Soluciones relativamente fáciles de imitar
- Alto grado de vigilancia: técnicas de benchmarking

INTRODUCCIÓN

8

QUIEN LES HABLA Y SU ENTORNO:

EL departamento de patentes en el GRUPO ANTOLIN



INTRODUCCIÓN

QUIEN LES HABLA Y SU ENTORNO

9

REALIDAD DEL GRUPO ANTOLIN:

- Complejidad creciente de los nuevos productos
- Crecimiento rápido: dificultad para la contratación y formación de las personas
- Necesidad de creación, aplicación y mejora constantes de nuevas tecnologías
- Implantación global: complejidad organizativa
- En definitiva, **Competencia** como para el resto del mundo:

El siglo XXI debe ser el siglo del saber / hacer...
..., y ese saber/hacer necesita ser gestionado y protegido

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

10

CADA CASO ES DISTINTO (no hay reglas generales)

Diferentes sectores tecnológicos (farmacia, automóvil, electrónica...)

Diferentes mercados (territorios)

Diferentes empresas (madurez, tamaño, consolidación)

Diferentes situaciones

...

diferentes objetivos y estrategias

ALGUNOS FACTORES QUE DETERMINAN ESTAS DIFERENCIAS

- ciclo de vida del producto vs ciclo de vida de una patente
- las inversiones realizadas y su retorno
- la complejidad técnica de los productos o/y de los procesos
- la madurez tecnológica del sector

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

11

Dentro de una empresa no son todas las patentes iguales:

–Diferentes objetivos:

- Patentes defensivas
- Patentes de protección
- Patentes ofensivas
- Patentes para vender tecnología

Protección tecnología de futuro; protección de soluciones de investigación ofertadas a clientes

–Diferentes ámbitos tecnológicos:

- enfoques producto-proceso;
- diferencia entre patentes electrónica; mecánicas; químicas (diferente ciclo de vida; diferente riesgo de plagio; diferente grado de obsolescencia; diferente complejidad; diferente facilidad de protección

–Diferente grado de complejidad

–Diferente grado de desarrollo: patentes

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

12

Es fácil caer en el error de ver sólo el corto plazo y olvidarse de que las patentes están relacionadas con una apuesta de futuro

➤ **ES IMPORTANTE TENER EN CUENTA LA ESTRUCTURA DE NUESTRA CARTERA DE PAENTES Y EL PROCESO A SEGUIR PARA CONSTRUIRLA**

Buscamos:

- **UNA PROTECCIÓN EFICAZ**, dónde y cuándo hace falta
- **PERO A UN COSTE RAZONABLE**, acorde con la cfras de negocio asociadas y con los recursos de los que dispone la empresa

➤ **ES IGUALMENTE IMPORTANTE TENER ENCUESTA HASTA DONDE SE QUIERE LLEGAR CON ESA CARTERA DE PATENTES** y los procesos que se pueden dar a posteriori:

- **acuerdos, licencias**
- **conflictos litigios**

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

13

ALGUNOS FACTORES QUE DETERMINAN ESTAS DIFERENCIAS

- valor relativo de la cartera de patentes para cada negocio:
las inversiones realizadas y su retorno
- la complejidad técnica de los productos o/y de los procesos
- ciclos de desarrollo y de de vida de los productos
- dinamismo y competitividad del sector y su mercado
- madurez de los productos
- tamaño y madurez de la empresa
- tamaño y madurez del sector
- ámbito geográfico de negocio

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

14

ESCENARIO CAMBIANTE

Los modelos de ayer ya no son válidos, incluso si no se apuesta por la internacionalización

CAMBIAN LOS MERCADOS

se reducen las barreras y se reducen las diferencias entre países

las TIC, las comunicaciones, mejor conocimiento,...
aparecen nuevos mercados y países en juego >>

OPORTUNIDADES COMERCIALES

Nuevos competidores en escena: los que nos encontramos cuando salimos fuera y los que vienen de fuera a nuestros mercados nacionales

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS

~~necesita de unas nuevas reglas de juego que ayuden a regular los~~

ALGUNAS CONSIDERACIONES PREVIAS

15

ESCENARIO CAMBIANTE

Los modelos de ayer ya no son válidos, incluso si no se apuesta por la internacionalización

CAMBIA EL PROPIO SISTEMA DE PATENTES

el enfoque proteccionista de las legislaciones nacionales ya no es válido cuando las empresas necesitan competir en un escenario internacional

se impone la necesidad de un mayor rigor y de un sistema de patentes fuerte que trascienda las fronteras nacionales

EN EL CASO DE GRUPO ANTOLIN el mercado exige presencia en todos los territorios y la necesidad de **proteger internacionalmente nuestra innovación es vital** para la supervivencia en un entorno cambiante y altamente competitivo

OPORTUNIDADES que ofrece la internacionalización

Cubrir una NECESIDAD básica:

PROTEGER NUESTRA INNOVACIÓN

- a la hora de protegernos frente a los nuevos competidores principalmente externos
- a la hora de abordar un mercado internacional cuando la innovación forma

AMPLIACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

bien haciendo nosotros, bien dejando que otros hagan por nosotros >

LICENCIAS

REFUERZO DE LA POSICIÓN NEGOCIADORA:

- frente a clientes
- frente a socios comerciales o tecnológicos
- frente a los proveedores

ACREDITACIÓN DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA (empresa, empleados,...)

IMAGEN COMERCIAL DE CARA AL CLIENTE

IMAGEN FRENTE A OTROS COMPETIDORES IMAGEN FRENTE A LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

16

RIESGOS a asumir cuando no se apuesta por proteger

LA APUESTA POR EL FUTURO EN UN ENTORNO GLOBAL Y COMPETITIVO PASA POR UNA APUESTA POR LA INNOVACIÓN

Productos, procesos, gestión...

Lo cual supone.

- esfuerzo económico
- asumir riesgos tanto mayores cuanto más pesar el factor tiempo, a mayor innovación a más largo plazo se obtienen los resultados

1. El riesgo de perder el resultado nuestra actividad innovadora:

La facilidad y rapidez de los flujos de información y la presión del mercado hacen que sea muy fácil perder la ventaja competitiva que nos haya podido aportar tanto esfuerzo

- los clientes
- los proveedores
- la naturaleza del mercado y del propio producto

EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

18

Vías principales:

- LA VIA NACIONAL:

- solicitamos una patente en nuestro país > PRIORIDAD
- disponemos de 1 año para extender a otros países

- LA VIA INTERNACIONAL PCT: una solicitud provisional que nos permite obtener una prioridad ampliamos el plazo para extender ganado así tiempo para:

- tener información sobre la patentabilidad de nuestra solución

- validar nuestra solución patentada en el mercado
- retrasar los primeros desembolsos importantes

- LOS ACUERDOS REGIONALES: LA PATETE

EUROPEA

Otras alternativas mixtas

RIESGOS y dificultades

19

GRANDES ENEMIGOS:

- el desconocimiento del sistema de patentes
- el desconocimiento de las patentes de terceros y de su alcance
- el coste elevado que si no se controla puede cuestionar la rentabilidad
- las diferencias de idioma > problemas asociados a las traducciones y sus consecuencias
- diferencias en las legislaciones aplicables: tanto en los reglamentos en sí mismos como en su interpretación y praxis
 - durante la propia tramitación
 - ~~aplicación de los criterios de patentabilidad~~
 - ~~el uso de los derechos que otorga (licencias)~~

20

DECISIONES A TOMAR A LA HORA DE PROTEGER LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA (tanto dentro como en el extranjero)

- Patentar o no patentar
- Una patente general o varias patentes específicas
- Momento adecuado: grado de definición vs necesidad de protección
- Ámbito territorial
- Objetivo de la patente:
- Vía de tramitación de la patente: ¿PCT?

21

FACTORES PARA LA SELECCIÓN DE LA VÍA DE TRAMITACIÓN DE UNA PATENTE

- Grado de innovación: patentes de investigación vs patentes de mejora
 - > Patentes de cabeza de línea de innovación
- Grado de definición
- Complejidad
- Tipo de patente: patentes de producto vs patentes de proceso
- Previsión de implantación o de demanda en futuros proyectos
- Origen / Finalidad de la solución
- Objetivo de la patente en sí misma

OPORTUNIDADES a la hora de internacionalizar ALGUNAS PAUTAS BÁSICAS

22

A la hora de abordar la internacionalización de una patente hay tres pilares básicos que siempre haría que tener en cuenta

**1 - Necesidad de una ESTRATEGIA DE PROTECCIÓN
alineada e integrada con la propia estrategia global de
la empresa**

**2 - CONOCIMIENTO SISTEMA DE PATENTES:
las reglas del juego a tener en cuenta**

**3 - CONOCIMIENTO del ESTADO DEL ARTE:
lo que ya está protegido en nuestro sector en los
mercados en los que queremos operar**

OPORTUNIDADES a la hora de internacionalizar ALGUNAS PAUTAS BÁSICAS

23

1 - Necesidad de una ESTRATEGIA DE PROTECCIÓN

Necesitamos saber para qué patentamos de la forma en la que lo hacemos

- hablamos de diferentes aspectos de un todo
- estrategia tecnológica
- estrategia de negocio
- estrategia de expansión geográfica
- la estrategia como renuncia a otras alternativas:

OBJETIVOS >> Nos permiten tener claro a a hora de decidir

Rentabilidad

Cuándo

Dónde

Con quién

Junto a quién

OPORTUNIDADES a la hora de internacionalizar ALGUNAS PAUTAS BÁSICAS

24

2 - CONOCIMIENTO SISTEMA DE PATENTES: las reglas del juego a tener en cuenta

- Sistema de patentes es complejo
- Su casuística variada
- Las legislaciones está en continuo proceso de cambio y evolución
- Con muchas interacciones con otros campos legales

Difícil de manejar para un no experto

ES INDISPENSABLE

A. Tener un CONOCIMIENTO BÁSICO DEL SISTEMA de lo que se puede esperar de él y tener

B. EI APOYO DE UN UNA ASESORÍA EXPERTA: que conozca las legislaciones de los países donde nos interesa trabajar y con un buen soporte en los mismos, al tiempo que tenga capacidad para entender nuestra negociación y nuestra estrategia

OPORTUNIDADES a la hora de internacionalizar ALGUNAS PAUTAS BÁSICAS

25

3 - CONOCIMIENTO del ESTADO DEL ARTE:

lo que ya está protegido en nuestro sector en los mercados en los que queremos operar

A. EVITAR VULNERAR DERECHOS PROPIEDAD INDUSTRIAL DE OTROS

B. SABER POSCIONARNOS EN EL MERCADO Y FRENTE A NUESTRA COMPETENCIA para decidir en consecuencia

Vigilancia seguimiento sistemático de lo que se hace en los campos nuestro interés

- **nuestros productos y tecnologías asociadas**
- **tecnologías potenciales**
- **seguimiento de competidores, clientes, proveedores**

Estudios específicos antes de empezar un nuevo proyecto o solicitar una nueva patente

OPORTUNIDADES a la hora de internacionalizar ALGUNAS PAUTAS BÁSICAS

26

3 - CONOCIMIENTO del ESTADO DEL ARTE:

lo que ya está protegido en nuestro sector en los mercados en los que queremos operar

– Vigilancia tecnológica y búsqueda de información recogida en las bases de datos de patentes:

- Información estructurada y documentada
- Accesible desde cualquier base de datos de patentes
- Están las soluciones técnicas más relevantes
- Están las empresas que las patentan
- Representan aquellas soluciones que a priori más impacto pueden tener a escala internacional.

27

**GRACIAS POR SU
ATENCIÓN**