MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGIA
Y TURISMO

Oficina Española
de Patentes y Marcas

Instrucciones para la realización del Inventario de Activos Intangibles

Una guía de utilización de la herramienta para identificación y gestión de su Capital Intelectual[1]

© OEPM (de la traducción al español y adaptación), 2012

© Scottish Intellectual Asset Management Ltd.

Esta herramienta ha sido desarrollada por la Oficina Española de Patentes y Marcas a partir de una traducción libre y adaptación del documento "*IA Audit: A tool for capturing and recording your Intellectual Assets*" (*2005 Scottish Intellectual Asset Management Ltd. A: Suite 6/6 Skypark, 8 Elliot Place, Glasgow G3 8EP, T: 0141 243 4920, F: 0141 229 1498, W: www.ia-centre.org.uk, E: info@ia-centre.org.uk*)

[1] La "herramienta" consta de dos partes: este documento de Instrucciones y un documento electrónico en formato Word (*InventActIntangEmpresa.doc*) con una serie de tablas a rellenar con los datos relativos a su empresa.

ÍNDICE

RESUMEN 2
INTRODUCCIÓN 3
DEFINICIÓN Y CONCEPTO DE ACTIVOS INTANGIBLES 5
METODOLOGÍA PARA REALIZAR EL INVENTARIO; EXPLICACIÓN DE LAS TABLAS 7
BUENAS PRÁCTICAS PARA LA PROTECCIÓN DE SUS ACTIVOS INTANGIBLES 9
"Proteger" *9*
Estrategia general de protección *9*
Gestión del conocimiento *11*
Secreto Empresarial *12*
Derechos de Propiedad Intelectual-Industrial *12*
Derechos de Propiedad Intelectual (Derechos de Autor) *14*
Programas de ordenador ("software") *15*
Elementos distintivos *15*
"Creaciones de forma" o diseños estéticos *15*
Innovaciones tecnológicas, resultados de I+D, know-how técnico *16*
Cobertura territorial de la protección *19*
Vías para obtención de patentes en múltiples países *19*
Otros tipos de Activos Intangibles *20*
Compromiso de la Dirección y costes *21*

ANEXO: LISTA DE LAS TABLAS DEL "INVENTARIO DE ACTIVOS INTANGIBLES" Y DE LOS TIPOS DE ACTIVOS INCLUIDOS EN CADA UNA DE ELLAS. 23
Tabla de "Elementos Distintivos" *23*
Tabla de "Reputación y Percepción Externa" *23*
Tabla de "Productos" *24*
Tabla de "Contratos y Acuerdos" *24*
Tabla de "Clientes y Proveedores" *25*
Tabla de "Organización Empresarial" *25*
Tabla de "Propiedad Intelectual-Industrial" *26*

© OEPM, junio 2012

Resumen

Para lograr que las empresas empiecen a valorar y obtener beneficio de sus Activos Intangibles es fundamental identificar y localizar los recursos inmateriales claves de la organización que aportan un valor significativo a la unidad empresarial.

La capacidad de identificar, auditar, medir, renovar, incrementar y en definitiva gestionar estos Activos Intangibles es un factor determinante en el éxito de las empresas de nuestro tiempo.

Esta herramienta está concebida para facilitar la realización de un inventario (sin valoración) y la evaluación de posibles medidas de preservación y protección de los Activos Intangibles que posee su empresa.

La herramienta consta de dos partes:

1. estas "Instrucciones de realización del Inventario de AI"; y
2. un documento electrónico en formato Word (*InventActIntangEmpresa.doc*) con una serie de tablas a rellenar con los datos relativos a su empresa.

© OEPM, junio 2012

Introducción

Para una gestión eficaz de la empresa actual, es fundamental tener un sólido conocimiento y una comprensión en profundidad de los activos de los cuales la misma es titular. Sería impensable que un negocio o empresa no tuviera registradas o identificadas las propiedades materiales que posee, su fábrica y su maquinaria o cualesquiera otros activos de capital. Y, teniéndolos identificados, sería igualmente sorprendente que no tratara de rentabilizar al máximo esos activos.

La situación debería ser exactamente igual para los Activos Intangibles. Si no han sido identificados, no podrán ser gestionados adecuadamente y no se podrá optimizar el beneficio que reportan a la empresa. Los Activos Intangibles son llamados también por algunos autores el *Capital Intelectual* de la empresa.

Los Activos Intangibles tienen un importantísimo valor en sí mismos por la función fundamental que desempeñan para el éxito del negocio. En la actualidad, a la hora de comprar o vender una empresa, los intangibles pueden representar hasta el 80%, o incluso más, del valor de la misma. Pero, además, los Activos Intangibles tienen también algunos importantes y positivos "efectos colaterales" como, por ejemplo:

- Pueden ser objeto de comercio – p.ej. licencias, franquicias, venta, hipoteca mobiliaria, etc.
- Pueden alimentar al plan estratégico de la empresa incluyendo propuestas de diversificación y control - por ejemplo, modelos de negocio alternativos, fuentes de ingreso alternativas, nuevas áreas para el desarrollo de productos
- Proporcionan prestigio y pueden utilizarse como herramienta de marketing
- Permiten disuadir a la competencia y, en algunos casos, como son los títulos de Propiedad Intelectual e Industrial, proporcionan medios para impedir la competencia

En consecuencia, los Activos Intangibles deben ser apropiadamente gestionados con el objetivo de potenciar su función, evitar su pérdida o usurpación, y rentabilizarlos más y mejor. Por ello, para saber exactamente qué es lo que se tiene en cuanto a intangibles y para poder actuar en consecuencia, las empresas deberían realizar un inventario detallado de los Activos Intangibles que poseen.

El Inventario de Activos Intangibles debería ser un documento imprescindible y dinámico que evoluciona junto con el negocio y que se revisa y actualiza periódicamente. El Inventario puede utilizarse como entrada de posibles asientos contables y como anexo al plan de negocio, al plan de marketing u otros documentos estratégicos, además de como herramienta en la revisión de las acciones que se deberían emprender para proteger o explotar mejor dichos Activos Intangibles. Además, los elementos de la lista pueden proporcionar información valiosa que puede ser utilizada en las relaciones comerciales y en los programas de marketing de la empresa y de sus productos.

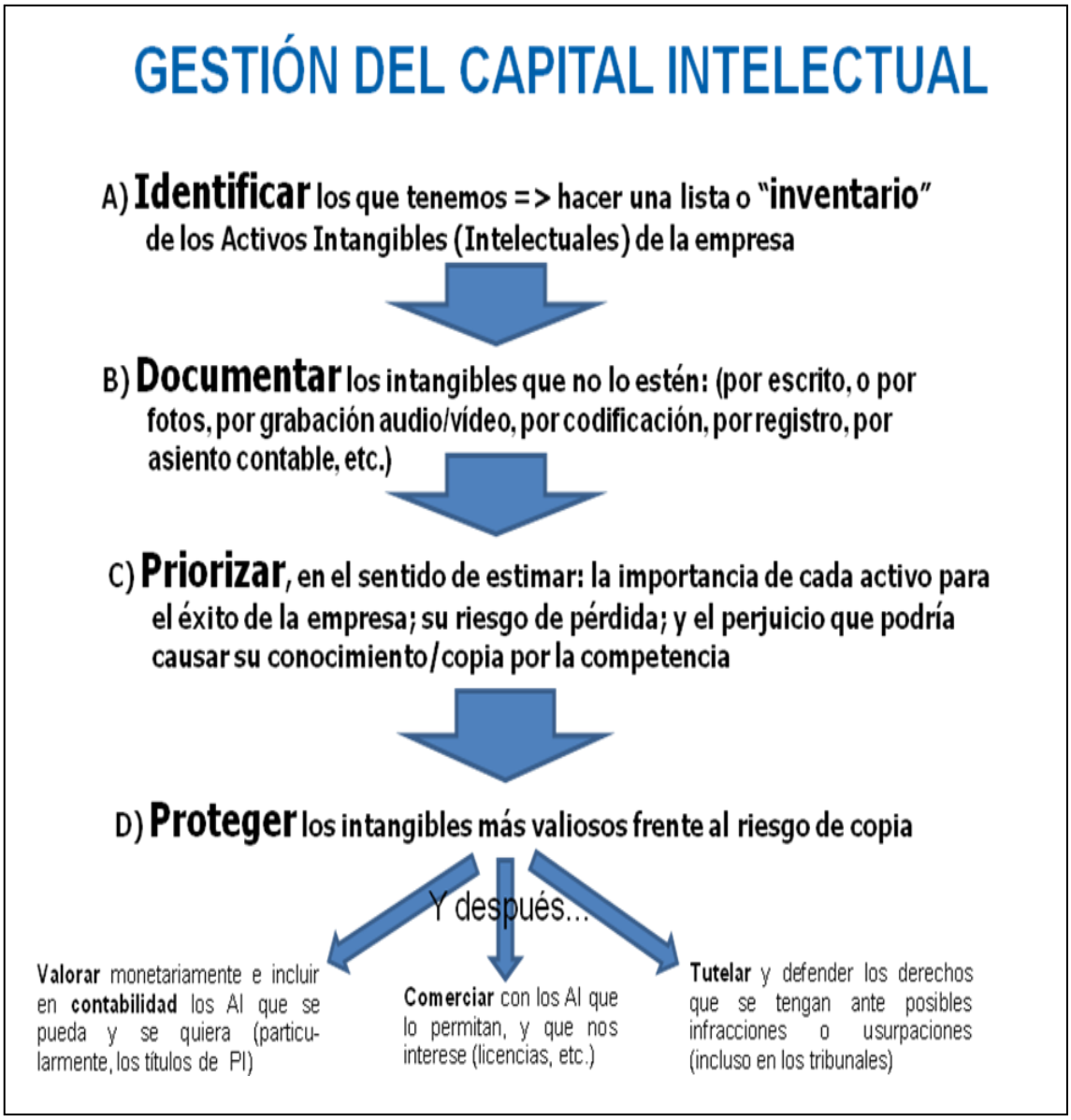
Esta herramienta, como hemos dicho, está diseñada para facilitar la realización de un inventario (no valorado) y la evaluación de posibles medidas de preservación y protección de los Activos Intangibles que posee su empresa. La lista de inventario/comprobación que se propone en este documento no es en absoluto exhaustiva, pero es útil como memoria auxiliar para ayudar a identificar los Activos

© OEPM, junio 2012

Intangibles de su organización. En consecuencia, debe considerarse y ser utilizada más como "punto de partida hacia la mejora" que como una evaluación definitiva.

Por favor, recuerde que la recopilación de tipos y categorías de Activos Intangibles que aquí se presentan no es necesariamente exhaustiva. Cada compañía tendrá variaciones y especificaciones únicas en consonancia con su realidad y la de su negocio, así que se debe analizar en detalle su propio negocio para encontrar otros, y quizá mas apropiados, Activos Intangibles. Lo importante es que SU listado sea exhaustivo, preciso y realista.

La realización de este inventario es parte de un proceso de gestión del capital intelectual que se resume en el siguiente cuadro:



© OEPM, junio 2012

Definición y concepto de Activos Intangibles

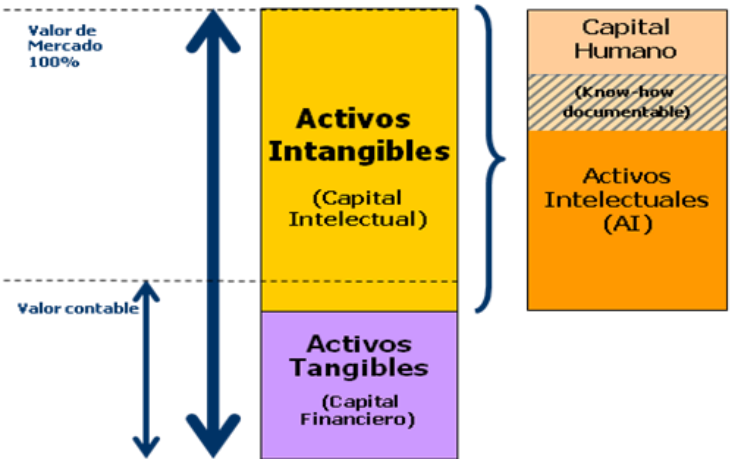
En sentido amplio, el Capital Intelectual (CI) (equivalente a Activos Intangibles) se define como el conjunto de activos inmateriales de tipo organizativo de una empresa.

Una definición más restrictiva es la que se utiliza desde el punto de vista contable: "Derechos susceptibles de valoración económica, identificables, medibles y con capacidad de aportar beneficios futuros"

Activos Intangibles desde el punto de vista Contable

En este documento se contemplan los Activos Intangibles en el primer sentido más amplio y no tanto desde un punto de vista contable, aunque, como ya se ha mencionado, el Inventario que aquí se realice puede servir como fuente de asientos contables.

Desde ese punto de vista más genérico, El Capital Intelectual (los Activos Intangibles) puede dividirse en Capital Humano y Activos Intelectuales.



Activos Intangibles en sentido amplio

© OEPM, junio 2012

Los Activos Intelectuales son los activos intangibles que están o pueden ser **documentados** (por escrito, o por fotos, por grabación audio/vídeo, por codificación, por registro, por asiento contable, etc.). El presente Inventario, en realidad, sólo se refiere a los activos intelectuales, puesto que aquello que no se pueda documentar es imposible de inventariar.

En el **Anexo** al final de estas Instrucciones puede encontrar una **lista con una gran cantidad de tipos de activos intelectuales**. Aunque la lista es extensa, ya hemos dicho que no es exhaustiva, pues hay activos intangibles propios de cada empresa que quizá no entren dentro las categorías que se presentan. Insistimos en que lo importante es que SU listado sea exhaustivo, preciso y realista.

© OEPM, junio 2012

Metodología para realizar el inventario; explicación de las tablas

El documento electrónico adjunto en formato Word, *InventActIntangEmpresa.doc*, que se suministra junto con estas Instrucciones, presenta una serie de tablas a rellenar por usted.

Cada tabla corresponde a un tipo de activos, pero tenga en cuenta que un mismo activo puede aparecer más de una vez en distintas tablas. Cada tabla supone un punto de vista diferente, por lo que un mismo activo puede aparecer en dos o más tablas al ser considerado desde uno u otro punto de vista. Por ejemplo, una Marca Registrada puede ser identificada como un activo en la tabla de Elementos Distintivos utilizados por la empresa y como Propiedad Industrial en la tabla correspondiente a los activos intangibles con protección jurídica.

En el **Anexo** al final de estas Instrucciones puede encontrar una **lista de todas las tablas y de las categorías de activos incluidos en cada una de ellas**.

Para rellenar las tablas:

- Identifique y puntúe cada tipo de Activo Intelectual (inserte cuantas filas adicionales sean necesarias) en función de su valor e importancia para su empresa, tanto a día de hoy como en el pasado y en el futuro, en una escala de 0 a 3. Un activo clave se puntuará 3 y uno de valor insignificante, 0. Esto será útil para seguir la evolución de su cartera de Activos Intangibles y le ayudara a identificar áreas de mejora en cuanto a su protección y/o explotación.
- En la columna "Ubicación" indique la ubicación física o electrónica del documento original, del contrato o título en el que se describe o reconoce la propiedad, o del lugar donde se guarda una muestra representativa del activo en cuestión (si es aplicable).
- En la última columna "Plan" indique si, en vista del valor del activo, de su evolución futura y de su riesgo de pérdida o usurpación, su empresa debería emprender acciones para:
    - bien **mejorar la preservación o protección** de ese activo en particular, por ejemplo mediante su descripción detallada por escrito en un documento confidencial (para que el conocimiento no se vaya con un empleado cuando este abandone la empresa), el registro en alguna modalidad de Propiedad Industrial o Intelectual (si el activo no está registrado y es susceptible de protección jurídica), la realización de un depósito notarial, su inclusión en un contrato de confidencialidad, su tratamiento como Secreto Empresarial, etc.;
    - bien **reducir o eliminar su protección actual**, por ejemplo, abandonando el mantenimiento de registros inútiles (p. ej. Marcas o dominios web que no se usan), desclasificando información secreta o confidencial que ya no sea tan valiosa, rescindiendo contratos de licencia, etc.;
    - bien **explotar mejor ese activo**, por ejemplo ofreciéndolo en foros o mercados de transferencia de tecnología, incluyéndolo en acuerdos de colaboración tecnológica o comercial, licenciándolo, creando franquicias o spin-offs, etc.

© OEPM, junio 2012

En la sección siguiente de este documento de Instrucciones, titulada "Buenas prácticas para la protección de sus Activos Intangibles", puede encontrar un resumen de las medidas o estrategias de protección más comunes para la protección de los activos intangibles de una empresa. Le invitamos a que lea detenidamente dicha sección antes de rellenar la columna "Plan" de las tablas.

En todo caso, no es en absoluto "obligatorio" reseñar una acción en la columna Plan para cada activo identificado. **Es muy posible que, tras considerar la lista de activos que usted haya identificado en su inventario, sólo juzgue necesario tomar algún tipo de medida en relación con dos o tres activos intangibles concretos. Esto ya sería un resultado muy satisfactorio de la utilización de esta herramienta.**

© OEPM, junio 2012

Buenas prácticas para la protección de sus Activos Intangibles

"Proteger"

La pérdida o la explotación ilegítima por parte de terceros de sus Activos Intangibles más valiosos puede provocar importantes daños a su empresa.

La falsificación de sus productos, la divulgación de información sensible para su negocio, la pérdida de know-how por la marcha de un empleado (por ser el único que manejaba determinados asuntos), la copia no autorizada de contenidos especialmente trabajados y significativos de su página web, la utilización no autorizada de tecnologías propias por parte de terceros, etc., etc., son algunos ejemplos de lo que puede pasar si sus Activos Intangibles no están debidamente identificados y adecuadamente protegidos en función de su valor y de su riesgo de pérdida o usurpación.

Proteger un activo intangible supone tomar medidas o emprender acciones encaminadas a evitar la pérdida del mismo y a disuadir, prevenir e impedir su copia, su utilización indebida o su rentabilización ilegítima por parte de terceros.

La descripción o explicación detallada de las diferentes formas de protección (secreto empresarial, derechos de autor, patentes, marcas, diseños, cláusulas/contratos de confidencialidad, sistemas de gestión del conocimiento…) está fuera del alcance de este documento.

Para obtener un conocimiento detallado de las diversas herramientas o medidas de protección, referimos al lector a los múltiples manuales y guías producidos tanto por la OEPM, como por los Servicios Regionales de Información en materia de Propiedad Industrial de las diversas Comunidades Autónomas o por otras instituciones públicas o privadas (EOI, Centros Tecnológicos, OTRIs, Agentes de la Propiedad Industrial, etc.) Muchos de estos materiales están disponibles gratuitamente en Internet.

Estrategia general de protección

A continuación suministramos algunas indicaciones generales de lo que pueden considerarse "buenas prácticas" de preservación y protección de los Activos Intangibles de una empresa.

Para una asesoría en profundidad sobre las estrategias y modalidades de protección más adaptadas a su empresa y su entorno, le recomendamos utilizar los servicios gratuitos CEVIPYME (www.cevipyme.es), una iniciativa conjunta de la OEPM, la Dirección General de la PYME del Ministerio de Industria y la escuela de negocios EOI; o bien ponerse en contacto con un Agente de la Propiedad Industrial de su confianza[2].

Dentro de la concepción amplia de la protección de Activos Intangibles que se maneja en este documento podemos englobar medidas tales como, por ejemplo:

[2] Los Agentes de la Propiedad Industrial son titulados superiores que han obtenido una acreditación específica de la OEPM para desempeñar labores de asesoría en materia de propiedad intelectual-industrial. En la página web de la OEPM (www.oepm.es) puede encontrar un listado actualizado de todos los profesionales que han obtenido esa titulación en España.

© OEPM, junio 2012

- La descripción por escrito y archivo en una base de datos documental de un determinado know-how comercial para evitar su pérdida en caso de cambio de personal;
- El registro como Marca tridimensional de la forma y colores de un embalaje que se ha convertido en distintivo de su empresa;
- El registro formal como Diseño industrial del diseño estético de algunos de los productos de su empresa;
- El depósito notarial de un diseño estético no registrado, para tener una prueba de autoría;
- El registro de los contenidos de la página web de su empresa en el Registro de la Propiedad Intelectual;
- El registro como Marca de uno de sus nombres de dominio de Internet, que se ha convertido en especialmente distintivo de su empresa;
- La utilización del signo de "obra sujeta a derechos de autor" (copyright, ©) en todas las publicaciones y transparencias de presentación de su empresa;
- La protección mediante Secreto Empresarial de un know-how técnico especialmente valioso;
- La obtención de una Patente sobre un determinado desarrollo tecnológico original propio.

Desde esta perspectiva amplia, la protección de activos intangibles mediante Derechos de Propiedad Intelectual-Industrial (DPI o IPR por sus siglas en inglés) es sólo una de las muchas posibles acciones de protección en función del tipo y contexto del activo (ver Gráfico 1).

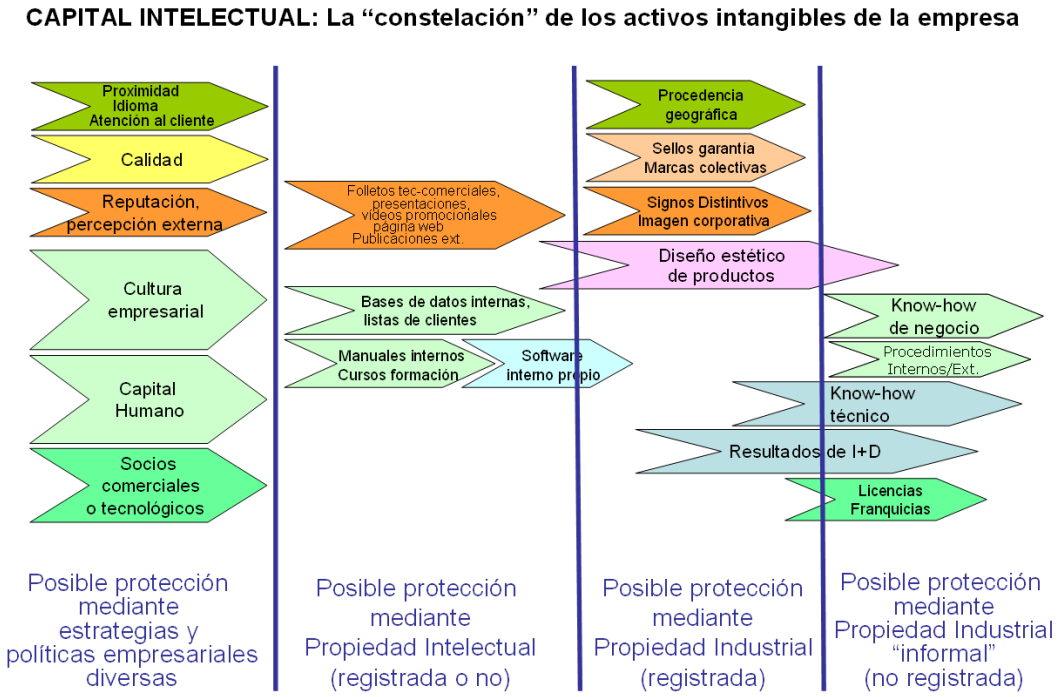


Gráfico 1: Perspectiva amplia de la protección de activos intangibles

© OEPM, junio 2012

No existe una recomendación universalmente válida de lo que debe hacer una empresa, particularmente una PYME, para proteger sus Activos Intangibles más valiosos. La utilización de unas medidas u otras depende de:

A. el valor o importancia del activo para su estrategia empresarial;
B. el riesgo de pérdida o usurpación de dicho activo por parte de terceros;
C. los posibles daños que dicha pérdida o usurpación puedan causar a su empresa; y
D. el coste de las medidas de protección consideradas.

En general, unos de los activos intangibles más valiosos y con más alto riesgo de copia son las ***innovaciones***. Esto es así porque las innovaciones son un importante factor diferenciador que reporta una considerable ventaja competitiva a la empresa. Se afirma que *"la innovación es el factor más estable de competitividad en los mercados globales"*. Por tanto, su estrategia general de protección de activos intangibles deberá prestar especial atención a la identificación y protección de las innovaciones.

De acuerdo con la definición más extendida[3], las innovaciones son activos intangibles que suponen un cambio novedoso que aporta un valor añadido a un producto, a un proceso, a un servicio o al funcionamiento de una empresa. Se pueden clasificar en:

- Innovaciones **tecnológicas**
  - nuevos productos o partes de productos
  - nuevos procedimientos o herramientas de fabricación
- Innovaciones de **diseño estético** de un producto (sin cambio tecnológico)
- Innovaciones en la **imagen corporativa o de producto**
- Innovaciones de tipo **organizativo**, administrativo o de gestión ("modelo de negocio")

Como se verá más adelante, los títulos o registros de Propiedad Industrial, en España y Europa, permiten proteger, en general, los tres primeros tipos de innovaciones, mientras que el cuarto tipo (las innovaciones de "modelo de negocio") sólo se puede proteger por patente en EE.UU. (siempre que se considere que ese nuevo modelo es una invención, es decir, una solución no obvia). En el resto del mundo los nuevos "modelos de negocio" sólo se pueden proteger mediante Secreto Empresarial (siempre que puedan mantenerse en secreto, en todo o en parte).

Gestión del conocimiento

La primera y más inmediata forma de preservar un determinado activo intelectual es identificarlo y documentarlo, antes de decidir cualquier otra medida para protegerlo.

Por ejemplo, en el caso un determinado know-how comercial, una medida casi de "sentido común", para evitar su pérdida en caso de cambio de personal, es su descripción por escrito y su archivo en una base de datos documental.

El archivo, la gestión, la difusión interna (respetando las directrices de clasificación y manejo de documentos) y la actualización periódica de esta documentación es lo que se suele llamar un *sistema de Gestión del Conocimiento*.

[3] Que se puede encontrar, por ejemplo, la del "*Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación"* de la OCDE/Comisión Europea (2005).

© OEPM, junio 2012

El establecimiento de un sistema de Gestión del Conocimiento, por incipiente y rudimentario que pueda ser (p. ej. una pequeña base de datos de fichas-resumen para cada activo identificado), ya es una primera e importante medida de protección frente a la pérdida (pero no frente a la copia o usurpación) de activos intangibles.

Secreto Empresarial

No es necesario hacer ningún tipo de registro para proteger como Secreto Empresarial determinados activos intangibles (p. ej. los planos o diseños de nuevos productos). Por ello los Secretos Empresariales se suelen denominar Propiedad Industrial "informal".

El Secreto Empresarial sirve para proteger cualquier información que se considere valiosa, sea ésta de tipo técnico, comercial o estratégico.

La difusión no autorizada de Secretos Empresariales está penada por las leyes contra la *competencia desleal*. Según estas leyes, se considera Secreto Empresarial todo conjunto de informaciones *secretas, sustanciales e identificadas***.** Es decir: la información, para que pueda ser considerada Secreto Empresarial, no debe ser fácilmente accesible como conjunto, debe ser útil (mejora de la competitividad), y debe estar adecuadamente identificada y descrita.

Aunque, echando mano de la leyes contra la competencia desleal, podamos intentar resarcirnos de los daños causados por la divulgación de un Secreto Empresarial (p.ej. por un empleado que se ha marchado de la empresa o por espionaje industrial), si la información secreta es definitivamente divulgada no será posible recuperar la protección (y esto es una desventaja del Secreto Empresarial frente a los medios de protección "formal", es decir, con registro).

Poner en marcha un sistema *eficaz* de secreto empresarial *no es tan fácil ni barato* como a primera vista pudiera parecer. Lo que debe hacerse para obtener una adecuada protección por este sistema es poner en marcha un conjunto de medidas tales como:

- El envío de una circular a todos los empleados con instrucciones o directrices internas sobre clasificación y manejo de información sensible y secretos de empresa (normas de identificación del grado de confidencialidad de cada documento, normas de guarda y custodia bajo claves informáticas o llaves físicas –incluso caja fuerte en caso de soporte papel-, niveles de firmas de autorización, etc.);
- La firma de un Anexo a los contratos de trabajo de todos o parte de los empleados sobre tratamiento de información confidencial (incluso por un tiempo cuando hayan dejado la empresa);
- La inclusión de cláusulas adicionales sobre tratamiento de información confidencial en todos los contratos de pedido a proveedores o de colaboración con socios externos;
- Las inspecciones o auditorías periódicas para comprobar que las directrices se están cumpliendo.

Seguro que sus gestores o asesores laborales pueden facilitarle modelos de estos tipos de cláusulas especiales o contratos. También se pueden encontrar en Internet, en diversas fuentes.

Derechos de Propiedad Intelectual-Industrial

© OEPM, junio 2012

En general, la protección mediante Derechos de Propiedad Intelectual-Industrial[4] (DPI) suele considerarse más fuerte y sólida que la protección obtenida con otras medidas de protección más "informales" (p. ej. el Secreto Industrial).

Gráfico 2: DPI

La Propiedad Intelectual (derechos de autor) nace con la autoría de la obra, es decir, que no es necesario ningún registro para gozar de la protección legal frente a copia literal o plagio de aquellos Activos Intangibles que puedan considerarse o asimilarse a obras literarias, artísticas o científicas originales. La realización opcional de un registro en cualquiera de los Registros provinciales de la Propiedad Intelectual es, sin embargo, una forma confidencial, fácil, rápida y barata de asegurar o "preconstituir" una prueba de autoría y de fecha de creación ante posibles litigios. Hay quien prefiere hacer un depósito notarial para asegurar la prueba, en vez de utilizar el Registro de la Propiedad Intelectual, pero esto es, en principio, más caro y no proporciona ventajas adicionales.

El Registro de la Propiedad Intelectual es un Registro descentralizado con oficinas en todas las capitales de provincia dependiendo del Ministerio de Cultura.

Por el contrario, *los Derechos de Propiedad Industrial nacen con el registro, es decir, obtiene el derecho quien primero realiza el registro*. Para realizar un registro de Patente, Marca o Diseño estético (Derechos de Propiedad Industrial), hay que dirigirse a la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). La OEPM es una oficina de Registro centralizado en Madrid que depende del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

[4] NOTA SOBRE TERMINOLOGÍA: En documentos traducidos del inglés, se suele utilizar inapropiadamente el término *Derechos de Propiedad Intelectual* incluyendo en el mismo también a la Propiedad Industrial (patentes, marcas, etc.). Sin embargo, en España el término Propiedad Intelectual se refiere exclusivamente a los Derechos de Autor ("copyright").

© OEPM, junio 2012

Es importante resaltar que los DPI sirven para proteger **algunos** tipos de activos intangibles, pero no todos. E incluso aquellos susceptibles de ser protegidos mediante dichos derechos no tienen por qué ser obligatoriamente protegidos de esa forma; puede que sea recomendable utilizar otra forma de protección posible para ese mismo activo en función de su valor y de su riesgo de pérdida o usurpación.

Por ejemplo:

- una determinada tecnología desarrollada por la empresa podría protegerse mediante una o varias Patentes (si dicha tecnología puede considerarse inventiva), pero, alternativamente (no simultáneamente, porque la patente exige la publicación), podría protegerse como Secreto Empresarial. O simplemente se podría proteger/rentabilizar la inversión realizada para su desarrollo mediante una estrategia agresiva de ser el primero en el mercado y cobrar precios más altos hasta que los competidores consigan lanzar productos o servicios iguales o similares.
- un diseño estético puede protegerse mediante un registro formal de Diseño industrial; pero dado que, según la normativa de la UE, los diseños estéticos no registrados gozan de una protección limitada frente a copia durante 3 años, podremos decidir que es suficiente con esta última protección (por ejemplo, en el mundo de la moda, tres años son mucho) y no efectuar ningún registro pero sí un depósito notarial para tener una prueba fehaciente de autoría en caso de conflicto.

Los dominios de Internet quedan fuera del sistema de Propiedad Intelectual-Industrial. Simplemente se compran a la organización correspondiente[5] y con ello se obtiene una exclusiva para utilizar el nombre del dominio como dirección de una página web en Internet. Únicamente si un nombre de dominio de su empresa se convierte en signo distintivo de la misma, será conveniente su registro como Marca para poder combatir su uso inapropiado o malintencionado, por parte de terceros, "fuera" de lo que es en sí su utilización en Internet como dirección de página web (puesto que, para ese uso "dentro" de Internet, su empresa tiene ya la exclusiva sobre ese nombre por el hecho de haber comprado el dominio).

Derechos de Propiedad Intelectual (Derechos de Autor)

Como hemos dicho, los derechos de autor nacen con la creación de la obra y no es preciso ningún registro específico para obtener el derecho. *La presentación de una obra (creada por su empresa) en el Registro de la Propiedad Intelectual para tener una prueba fehaciente de autoría sólo será recomendable en el caso de activos con alto riesgo de copia y alto valor para la empresa* (por ejemplo, ¿la página web?; en el caso de la página web, también puede ser recomendable registrar como Diseño industrial la estética de, al menos, la página de inicio, para poder impedir su copia).

En el resto de los casos, bastará quizás con la medida disuasoria de incluir la © de *copyright* en el pie de página del documento u obra y una breve nota prohibiendo la reproducción no autorizada (por ejemplo, en los folletos comerciales, en las transparencias de presentaciones, en las pantallas de la página web...). El símbolo © se puede utilizar por el autor o propietario del derecho sin necesidad de hacer ningún tipo de registro.

[5] *red.es* en España.

© OEPM, junio 2012

El registro de la obra en el Registro de la Propiedad Intelectual es distinto del Depósito Legal exigido en prácticamente todos los países, con fines de preservación y difusión del patrimonio bibliográfico, a los impresores o productores (no los autores) de material bibliográfico, sonoro, audiovisual, electrónico o realizado sobre cualquier soporte, antes de proceder a su distribución o venta (y mediante el cual se obtiene un número ISBN en el caso de los libros y un ISSN en el caso de publicaciones periódicas). El Depósito Legal proporciona una prueba fehaciente de la fecha en que dicho material se puso a disposición del público, pero puede no ser considerado por los tribunales como una prueba clara de autoría.

Hay que tener cuidado de que, en todos los contratos de obras encargadas a proveedores externos (p. ej. un vídeo educativo o promocional, un folleto publicitario, un programa de ordenador), quede clara la transferencia de toda la propiedad intelectual (derechos de autor) de dichas obras a su empresa.

Programas de ordenador ("software")

Los programas de ordenador hechos a medida para su empresa y el contenido de bases de datos propias están protegidos por derechos de autor y, en función de su valor y riesgo de copia, será recomendable hacer un registro especial (código fuente más módulo ejecutable) en el Registro provincial de la Propiedad Intelectual correspondiente. Este depósito es confidencial (excepto autor, título y fecha).

Los programas de ordenador que no sean de simple gestión sino que supongan una *solución técnica no obvia a un problema técnico, pueden patentarse* como invenciones en España y en Europa. *En Estados Unidos no se exige este carácter técnico* a las invenciones, por lo que allí podría patentarse también un software de gestión que supusiera, por ejemplo, una solución no obvia de tipo lógico-económico para un problema de gestión empresarial.

Elementos distintivos

En relación con los elementos distintivos de su empresa o de sus productos, tenga en cuenta, en primer lugar, que la razón social, tal y como figura en el Registro Mercantil, es el nombre de la persona jurídica que constituye su empresa y como tal está ya protegido legalmente frente a copia o usurpación.

Sin embargo, cualquier otro nombre o logotipo o combinación de ambos que esté operando en el mercado como identificador y diferenciador de su empresa (por ejemplo, un nombre abreviado, un gráfico/logotipo o un nombre de dominio de Internet) debería registrarse en la OEPM como Nombre Comercial (una especie de marca para la actividad de la empresa).

Cualesquiera otros signos valiosos (formas, denominaciones, gráficos, combinaciones de colores, embalajes, melodías, secuencias de vídeo) que identifiquen y diferencien sus productos o servicios en el mercado y que corran riesgo de ser copiados o malutilizados, deberían ser también registrados como Marcas en la OEPM.

El uso del símbolo ® es optativo pero recomendable una vez realizado el registro. El símbolo ™ se usa en el derecho anglosajón.

"Creaciones de forma" o diseños estéticos

La forma y ornamentación de un nuevo modelo de silla, por ejemplo, creada por una empresa de muebles, puede ser protegida frente a copia mediante un registro de Diseño

© OEPM, junio 2012

industrial. *El Diseño protege la forma, la estética o la apariencia externa (sea esta tridimensional, como la forma de un zapato, o bidimensional, como el estampado de una tela). Pero el registro de Diseño no protege la funcionalidad técnica o tecnología que incorpore el producto. En este sentido, debe diferenciarse el uso de esta palabra, Diseño, en el sentido jurídico de las leyes de Propiedad Industrial -que se refiere a la estética o apariencia externa de un producto-, y el uso común del término "diseño" en ingeniería, -que se refiere a la disposición general y estructura incluso interna de un sistema o conjunto técnico-.*

La concesión de un derecho exclusivo de Diseño se vincula al registro, al igual que ocurre con otras modalidades de Propiedad Industrial, con las ventajas derivadas de la seguridad jurídica que ello conlleva. No obstante, *el diseño estético no registrado goza de una protección comunitaria (UE) específica*[6] frente a los actos de explotación no autorizada de las copias de dicho diseño, *que dura tres años* contados desde la fecha en la que por primera vez haya sido hecho accesible al público en la Unión Europea y se extiende automáticamente a todos los diseños que cumplan las condiciones establecidas directamente en la norma comunitaria. Automáticamente todos los diseños no registrados que cumplan esas condiciones quedan incluidos en la cobertura comunitaria.

Por ello, en industrias como las de la confección o el calzado, cuyos diseños siguen los ciclos de la moda por temporadas y quedan rápidamente obsoletos, no es necesario el registro y bastará con asegurar algún medio de prueba de autoría y de puesta a disposición del público, lo cual se puede conseguir mediante un depósito notarial, por ejemplo.

Si el diseño de un producto, es decir, su forma externa, ha sido tan exitoso que se ha convertido en identificador distintivo de su empresa, puede ser recomendable el registrar dicha forma como Marca tridimensional, para poder mantener la exclusiva más allá de los 25 años que, como máximo, puede durar el registro de Diseño. Un ejemplo bien conocido de esto es el de la famosa botella de Coca-Cola®, que fue registrada como Marca tridimensional una vez caducó el registro de Diseño.

Innovaciones tecnológicas, resultados de I+D, know-how técnico

En relación con conocimientos e innovaciones de tipo tecnológico, hay que tener cuidado de que, en todos los contratos de colaboración o encargo de desarrollos específicos a terceras partes (p. ej. un encargo de fabricación de un prototipo, un contrato de co-desarrollo tecnológico), queden claros los derechos de propiedad intelectual-industrial sobre los resultados: quién detentará los derechos de autor y quién tendrá derecho a guardar bajo secreto o patentar qué tecnologías, o registrar qué diseños estéticos.

En general, si la innovación tecnológica es difícil de copiar o si va a quedar obsoleta rápidamente, se puede intentar mantener y proteger como Secreto Empresarial (p. ej.: compuestos químicos, procedimientos de fabricación…). En caso de que se pueda copiar más o menos fácilmente, conviene asegurarse la protección a través de una Patente o Modelo de Utilidad (siempre que puede razonarse que la innovación no es solamente una novedad –como el propio término indica- sino que además implica una actividad inventiva o aportación técnica cualitativa).

[6] Reglamento (CE)6/2002, del Consejo, de 12 de diciembre de 2001, sobre los dibujos y modelos comunitarios.

© OEPM, junio 2012

En la tabla siguiente se compara la protección mediante Patente y mediante Secreto Empresarial.

PATENTE:	***SECRETO EMPRESARIAL:***
Monopolio LEGAL	Monopolio DE FACTO
Divulgación PÚBLICA	Acceso RESTRINGIDO
Protección de INVENCIONES	Cualquier INFORMACIÓN VALIOSA
Duración LIMITADA	Duración INDEFINIDA
TERRITORIAL	No territorial
Fácil de TRANSFERIR con garantías	Contratos de transferencia difíciles
Costes de registro, traducciones, etc.	Costes de Políticas de personal, custodia docs.
Permite impedir "a posteriori" la copia (una vez se detecta la misma), aunque tiene efecto disuasorio "a priori"	Impide "a priori" la copia
No hay problema de filtración o espionaje industrial, porque la patente implica la publicación	Si se divulga, es casi imposible recuperar el secreto
Se puede contabilizar, hipotecar...	Es más difícil de valorar y contabilizar

Además, debe tenerse en cuenta que la Patente y el Secreto Empresarial son:

- *excluyentes* sobre el mismo objeto técnico (la patente obliga a hacer pública la invención)
- *complementarios* para la protección de un conjunto de conocimientos técnicos (se protege como Patente el "núcleo" de la tecnología y como Secreto Empresarial todo el know-how asociado para la fabricación rentable y la comercialización exitosa)

En el Gráfico 2 de la página siguiente se presenta un diagrama de flujo que puede ayudar a tomar la decisión sobre si patentar o guardar bajo Secreto.

La posible *necesidad de divulgar* que se menciona en el gráfico viene dada, a veces, por contratos de colaboración con universidades o por condiciones de subvenciones públicas.

Una *publicación defensiva* es simplemente un artículo técnico, publicado con fecha fehaciente en cualquier medio accesible al público en general, que describe en detalle una determinada tecnología desarrollada por su empresa, cuya tecnología su empresa ha decidido no patentar por diversas razones y que no puede guardar en secreto. La existencia de ese artículo impedirá que otros, haciendo ingeniería inversa de sus productos de usted, puedan obtener una patente sobre esa tecnología e impedir con ella que usted mismo (el inventor) la use en el futuro. Dicha hipotética solicitud de patente carecería de novedad por la existencia previa de la mencionada publicación *defensiva*.

© OEPM, junio 2012

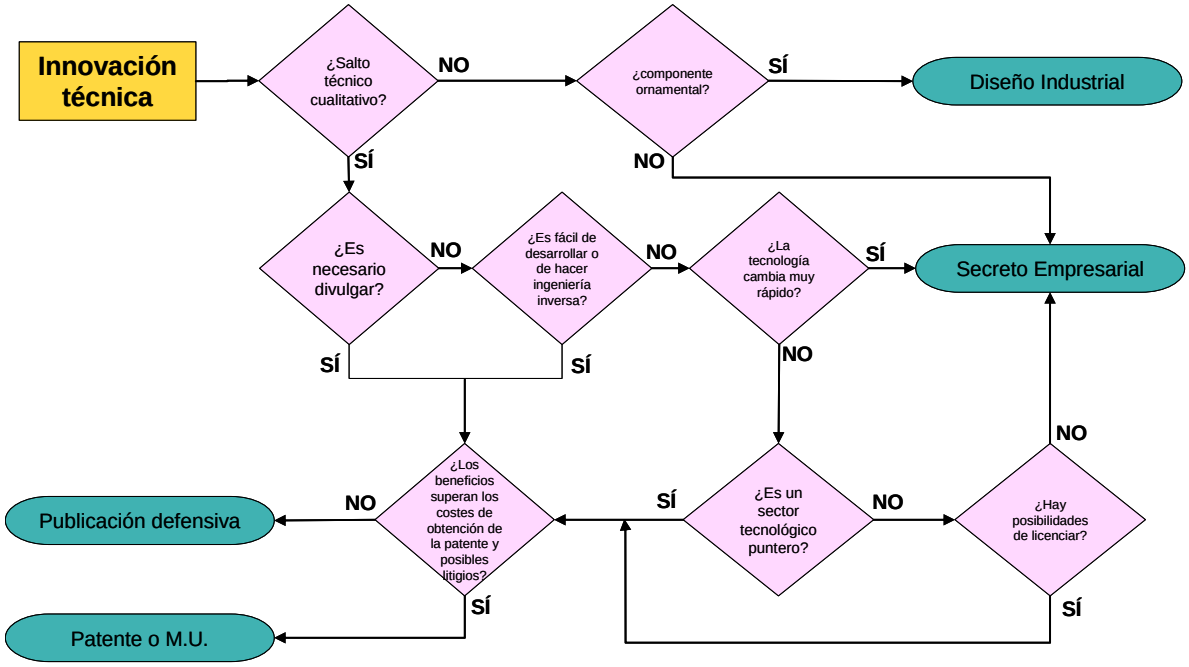


Gráfico 2: Criterios para decidir la forma de protección de una innovación de tipo técnico

Consulte con un Agente de la Propiedad Industrial sobre el mejor medio de hacer una publicación defensiva, si usted cree que debe tomar esa medida de protección.

En general, si creemos haber desarrollado una innovación tecnológica no obvia, es decir, una *invención*, conviene seguir estas recomendaciones:

- Si no se ha hecho al inicio del desarrollo, se debe hacer una búsqueda de "anterioridades" (documentos previos relacionados con esa tecnología) para realizar una primera valoración de la "novedad" del desarrollo:
  - Búsqueda gratuita en bases de datos en Internet (ver www.oepm.es -> "Consulta por ti mismo");
  - Búsqueda profesional (de pago) por los Servicios de Información Tecnológica de la OEPM o por un Agente de la Propiedad Industrial.
- Decida la mejor estrategia de protección basándose en criterios fundamentalmente económicos; el prestigio, la publicidad, etc., pueden ser también razones para patentar, pero secundarias.
- Antes de solicitar la(s) Patente(s) -o de haber decidido no solicitarla(s)-, no publique ninguna descripción ni exhiba el desarrollo en ninguna feria (porque ello afectaría a la novedad de su propia solicitud de patente)
- Tómese el tiempo necesario para preparar una buena Solicitud de Patente: la protección dependerá de la solidez de las "reivindicaciones" (la parte final de la Solicitud) y éstas no son fáciles de redactar (una cosa es una patente *válida* y otra cosa es una patente *eficaz*). Sobre todo si es la primera vez que su empresa solicita una patente, considere seriamente la posibilidad de contratar el asesoramiento de un Agente de la Propiedad Industrial de su confianza.
- Una vez solicitada la Patente Nacional española (en español) o la Patente Europea (en inglés, francés o alemán), *antes de 12 meses* considere presentar una Solicitud

© OEPM, junio 2012

Internacional PCT (que puede hacerse en la OEPM y en español), lo que le dará 18 meses más para decidir finalmente en qué países patentar.

Cobertura territorial de la protección

Tenga en cuenta siempre que los DPI son territoriales y están limitados al territorio del estado que concede el registro.

Por tanto, desde un principio, hay que pensar en extender la protección a:

- Países que sean sus mercados actuales, pero también mercados potenciales
- Países de los suministradores y fabricantes del sector

Vías para obtención de patentes en múltiples países

Para obtener protección por patente en España y en múltiples países existen básicamente dos vías de procedimiento:

√ Vía/Estrategia 1: solicitar una patente nacional española y, tomando esta como prioritaria, solicitar en múltiples países mediante una solicitud internacional PCT

√ Vía/Estrategia 2: hacer directamente una solicitud de patente europea y, tomando esta como prioritaria, solicitar en múltiples países mediante una solicitud internacional PCT; en este caso la protección en España vendría dada por la validación para España de la patente europea una vez concedida.

En el Gráfico 3 se muestran esquemáticamente estas dos vías o estrategias de procedimiento para obtención de patentes en múltiples países.

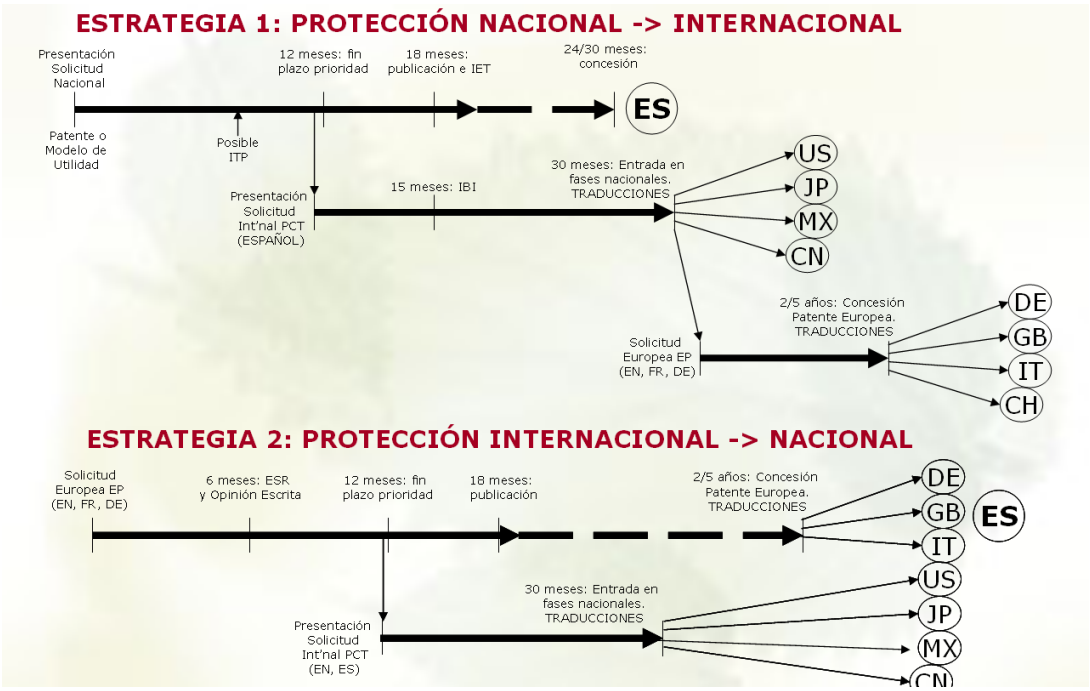


Gráfico 3: Estrategias de patentamiento en múltiples países

A continuación se resumen las ventajas e inconvenientes de una u otra vía:

Vía 1 (protección nacional > internacional):

© OEPM, junio 2012

- Inicialmente más barata.
- Solicitud de patente nacional española y solicitud internacional PCT en español (no hay gastos iniciales de traducción).
- Si no se ha hecho antes de solicitar la patente, una vez presentada esta se puede encargar un estudio a la OEPM, llamado "Informe Tecnológico de Patentes" (ITP) en el que, por una moderada cantidad adicional (2009, aprox. 500 €) y en el plazo de un mes se tiene una indicación clara de la viabilidad de la solicitud de patente.
- Suministra 2,5 años para decidir en qué países del mundo se quiere finalmente obtener una patente.
- Hasta pasados 2,5 años no se incurre en costes de traducción y representación en múltiples países y Oficina Europea.
- Una vez concedida la patente europea y validada para España, se puede abandonar la tramitación o el mantenimiento (si ya está concedida) de la patente nacional española a favor de la patente europea validada para España.

Vía 2 (protección internacional > nacional):

- Inicialmente más cara, hay que traducir al inglés, francés o alemán y pagar a un Agente Europeo de la PI.
- Hay que tener claro desde un principio que al menos se quiere conseguir protección en más de cuatro países europeos.
- En 6 meses se obtiene una Opinión Escrita de la Oficina Europea de Patentes.
- La presentación en inglés de la solicitud de patente europea permite un rápido reconocimiento de la prioridad para una solicitud en EE.UU.
- Hasta pasados 2,5 años no se incurre en costes de traducción y representación en múltiples países distintos de la Oficina Europea.

Otros tipos de Activos Intangibles

Para otros tipos de intangibles menos "documentables", como por ejemplo todo lo relacionado con el así llamado "capital humano", su protección en sentido amplio (evitar su "pérdida" o "apropiación indebida" por terceros –empresas competidoras, cazatalentos-) está ligada a las políticas de personal o de recursos humanos. Sin embargo, se puede incluir en este inventario de forma más concreta, y considerar para su protección, la información y los conocimientos documentados de los empleados en relación con muy diversos aspectos de la gestión de la empresa.

Igualmente, la protección en sentido amplio de otros activos relacionados con la reputación y percepción externa de la empresa como, por ejemplo, las "referencias de clientes" (clientes satisfechos que podemos citar públicamente para consulta por otros clientes potenciales o para publicidad) depende de que su empresa sea capaz de mantener el grado de satisfacción y las buenas relaciones con dichos clientes. Sin embargo, una posible medida de protección más inmediata y concreta podría ser la petición explícita a estas empresas de su autorización escrita, y persona de contacto, para citarles como referencias. Aunque esto pueda parecer un trabajo adicional posiblemente delicado y aparentemente innecesario, considere la imagen de responsabilidad y solvencia frente a sus clientes y la ventaja de seguir teniendo ese

© OEPM, junio 2012

acuerdo establecido aún cuando la relación con el cliente referenciado atraviese por horas bajas.

Compromiso de la Dirección y costes

Por último, tenga en cuenta que no merece la pena tomar medidas de protección que su empresa no sea capaz de mantener en el tiempo. De nada sirve, por ejemplo, promulgar unas directrices sobre clasificación y manejo de información confidencial si pasado el tiempo no hay compromiso de la dirección por hacerlas cumplir y no se tiene tiempo ni voluntad para hacer inspecciones periódicas sobre su cumplimiento.

A continuación se resumen las consideraciones de tipo económico que usted debería hacer a la hora de decidirse por alguna de las siguientes tres medidas de rentabilización/protección de sus activos intangibles:

- SECRETO DE EMPRESA; considerar los costes relacionados con:
  - Implantación de un sistema interno de clasificación de los documentos de la empresa (uso interno, confidencial, secreto, ...) y definición de procedimientos para el manejo de la documentación clasificada
  - Implantación de un servicio permanente de salvaguarda e inspección del cumplimiento de los procedimientos de confidencialidad (auditorías internas, vigilantes jurados, etc.)
  - Contratos con cláusulas de confidencialidad para los empleados y terceros en contacto con la información "sensible" (suministradores, subcontratistas, empresas de externalización de servicios, etc.)
  - Litigios, en caso de infracción de las normas de confidencialidad por los anteriores
  - Pérdida de cuota de mercado cuando los competidores consigan copiarnos (mediante desarrollo propio o por ingeniería inversa o por espionaje industrial)
  - Pérdida de ingresos posibles por no poder licenciar a terceros de una forma segura
- PROTECCIÓN JURÍDICA MEDIANTE DERECHOS DE P.I.; considerar los costes relacionados con:
  - Conocimiento/entrenamiento del personal en temas de Propiedad Intelectual-Industrial
  - Tasas de concesión y mantenimiento anual en múltiples países
  - Agentes de Propiedad Industrial en múltiples países
  - Traducciones
  - Sistema de vigilancia tecnológica para detectar posibles infractores
  - Litigios en caso de infracción
- GANAR VENTAJA COMPETITIVA SIENDO LOS PRIMEROS EN EL MERCADO; considerar los costes relacionados con:
  - Diseño rápido del producto y puesta a punto acelerada de las líneas de producción

© OEPM, junio 2012

- Fuerte campaña de marketing
- Pérdida de cuota de mercado cuando los competidores consigan copiarnos (mediante desarrollo propio o por ingeniería inversa)
- Pérdida de ingresos posibles por no poder licenciar a terceros de una forma segura

Si su empresa no está en condiciones de asumir la inversión necesaria para la protección suficiente y defensa posterior de sus derechos (y recuerde que, en la medida en que su empresa y sus productos estén teniendo éxito en el mercado, lo más probable es que se produzcan intentos de copia o usurpación y que su empresa deba litigar en alguna ocasión para defender sus derechos), entonces deberían quizá considerar medios de protección más modestos.

Pero tenga siempre en cuenta que, entonces, los daños por posible pérdida, copia o apropiación indebida de sus activos más valiosos, por carencia de un nivel adecuado de protección, pueden llegar a ser devastadores para su empresa.

© OEPM, junio 2012

ANEXO: Lista de las tablas del "Inventario de Activos Intangibles" y de los tipos de activos incluidos en cada una de ellas.

Tabla de "Elementos Distintivos"

Esta sección contiene un listado amplio de todos los elementos, incluyendo los objetos de merchandising o la imagen corporativa en los aspectos cotidianos, cuya combinación proporciona a su negocio, o sus productos o servicios, una imagen única en el mercado.

- Nombre de la empresa como persona jurídica (razón social – registro mercantil)
- Nombres Comerciales Registrados
- Nombres de Dominio Registrados
- Trabajos técnicos / literarios / artísticos sujetos a Derechos de Autor (Copyright)
- Denominaciones o gráficos/logos o formas tridimensionales Sin registrar
- Marcas Registradas (denominativas, gráficas/logos, tridimensdionales, musicales...)
- Combinación(es) de colores
- Sonidos, gestos/secuencias de video
- Otros elementos de imagen corporativa (membretes, formatos papelería, paquetería, objetos de merchandising...)

Tabla de "Reputación y Percepción Externa"

Esta sección intenta identificar los Activos Intangibles que tienen relación con su reputación y con aquellas otras "cosas" que le permiten tener una mejor consideración en el mercado que sus competidores. Se extiende a la reputación de su empresa en toda su amplitud, desde los aspectos más básicos de relación con el entorno hasta homologaciones o acreditaciones tales como los certificados "Investors in People" (estándar internacional que fija el nivel de buenas prácticas en formación y desarrollo profesional de los empleados) u otros estándares internacionales conseguidos, por ejemplo, de calidad, etc. (ISO 9000, EFQM,…).

- Referencias de Clientes
- Referencias de Proveedores
- Referencias de Usuarios
- Autorizaciones Administrativas
- Homologaciones / Acreditaciones
- Análisis de Solvencia o de Posición Competitiva
- Percepción externa de los Valores y de la Filosofía de la empresa
- Patrocinios / "esponsorizaciones"
- Responsabilidad Social Corporativa
- Otros

© OEPM, junio 2012

Tabla de "Productos"

Esta sección detalla los Activos Intangibles asociados a los productos de su Compañía, incluyendo aquellos planificados o en proyecto. Se trate de identificar no sólo los Activos Intangibles intrínsecos a sus productos, sino también el marco, o el ámbito, de Activos Intangibles en el que se encuadra el desarrollo de sus productos.

- Programas (software) de Ordenador (desarrollos propios o realizados a medida por encargo a terceros)
- Licencias de Software (aplicativos estándar o paquetes)
- Manuales internos/externos
- Procedimientos Estándar de Operación
- Publicaciones sobre productos
- Know-How & Show-How Técnico No-patentado
- Estructuras Propias de Bases de Datos y aplicaciones informáticas de Acceso a BBDD
- Planos o Dibujos de Ingeniería
- Resultados de Investigación y Desarrollo de Tecnología, y sus Métodos
- Procesos de Fabricación y sus Procedimientos
- Conocimientos Técnicos
- Manuales Técnicos y Archivos Técnicos
- Know-how comercial
- Secretos Industriales / Comerciales
- Experiencia y Capacidad de Innovación
- Certificaciones técnicas
- Otros

Tabla de "Contratos y Acuerdos"

Esta sección detalla los Activos Intangibles incorporados dentro de los contratos y otros acuerdos que su empresa haya realizado, incluyendo contratos "menos formales" tales como Condiciones de los Pedidos, Términos de Acuerdos verbales, Memorandos o Actas de Reuniones, etc.

- Acuerdos de Confidencialidad
- Acuerdos de Licencia
- Acuerdos de Cesión
- Acuerdos de Consultoría
- Alianzas Estratégicas
- Acuerdos de Colaboración entre empresas
- Acuerdos de Co-Desarrollo
- Acuerdos de Franquicia
- Pacto de No-Interferencia o No-Competencia

© OEPM, junio 2012

- Acuerdos de Sub-Contratación
- Contratos de Trabajo
- Otros

Tabla de "Clientes y Proveedores"

Esta sección recopila los Activos Intangibles que intervienen en las relaciones que se mantienen en la cadena de suministro y con sus clientes, así como el conocimiento que se tiene de los mismos. Este apartado se suele subestimar, pero vale la pena incluir aspectos tales como lista de contactos, conocimientos específicos del Mercado, etc.

- Listados o b.d. de Clientes
- Listados o b.d. de Proveedores
- Cuota de Mercado según estudios
- Redes de Distribución
- Redes de Contacto de Proveedores
- Contratos de Servicios
- Circuitos comerciales establecidos o repetitivos
- Know-how de mercado
- Conocimientos de Nuevos Mercados – Geográficos y Sectoriales
- Otros

Tabla de "Organización Empresarial"

Esta sección trata de los activos relevantes en relación con su organización empresarial, su estrategia y su metodología. Esto incluye toda la información y conocimiento documentado, las relaciones en las que su organización se basa, las estrategias y la cultura de su organización.

- Planes de Adquisición / Compra
- Planes de Reorganización
- Experiencia empresarial
- Visión de la Organización
- Estrategia de la Organización
- Localización(es) Geográfica(s)
- Colaboraciones con Universidades, Colegios Profesionales, etc.
- Redes de Contactos Empresariales o de Negocio
- Redes de Contactos Personales
- Planes de Negocio
- Planes de Formación
- Planes de Marketing
- Métodos de Gestión
- Reglas Tácitas o Implícitas

© OEPM, junio 2012

- Inventario de Activos Intangibles o Cartera de elementos de Propiedad Industrial/Intelectual
- Política establecida de Propiedad Industrial/Intelectual o de Activos Intangibles
- Otros

Tabla de "Propiedad Intelectual-Industrial"

Esta sección trata de los tipos de Activos Intangibles que están protegidos por Ley, incluyendo todas las variaciones del nombre de domino que hayan sido registrados, aunque actualmente ya no se usen, así como todas las publicaciones, ya sean folletos, artículos, manuales públicos, presentaciones tipo Power Point, vídeos promocionales, pantallas de páginas web, bases de datos, etc. que gozan de protección legal por Derechos de Autor.

- Nombres Comerciales (registrados)
- Nombres de Dominio (comprados)
- Trabajos técnicos / literarios / artísticos sujetos a Derechos de Autor (Copyright) – registrados o no
- Marcas (Registradas)
- Derechos sobre denominaciones o gráficos/logos no registrados todavía como Marcas
- Patentes y Modelos de Utilidad
- Diseños estéticos Registrados
- Derechos sobre formas estéticas no registradas todavía como Diseños
- Certificados de Variedades Vegetales
- Denominaciones de Origen
- Otros

© OEPM, junio 2012