

# INNOVACIÓN ABIERTA Y PROPIEDAD INTELECTUAL



**José Luis Sagarduy**

Abogado del ICASV.

Miembro del Grupo de Estudios de Propiedad Intelectual, Industrial y Derecho del Entretenimiento del ICASV.

Llevamos tiempo oyendo hablar del concepto de Innovación Abierta. Particularmente desde que Henry Chesbrough publicara *"Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology"* en 2003.

Si ponemos el término en Google, éste nos arrojará en menos de un segundo millones de resultados, lo que demuestra que el concepto suscita interés y genera tirón.

Ahora bien, no todo el mundo tiene clara la idea, y menos aún que la Propiedad Intelectual, entendida como lo hace la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) en su acepción más amplia, esto es, abarcando dentro de ella también la Propiedad Industrial, es parte sustancial y nuclear de la Innovación Abierta.

El propósito de estas líneas es el de tratar modestamente de poner algo de luz y, sobre todo, el de romper algunos tópicos, mitos y tal vez ideas equivocadas, difusas o confusas. Por ello, y desde el principio es apropiado decir cinco cosas:

- Innovación implica necesariamente éxito en el mercado de un producto o servicio novedoso. Por definición, como veremos más adelante.
- Innovación Abierta supone utilizar tanto fuentes propias como ajenas en toda o en parte de la cadena de valor, compartiendo conocimiento con otros.
- La Propiedad Intelectual resulta clave en este proceso para dotar a los intervinientes de seguridad y confianza. Por ello decimos que el objeto de la Innovación Abierta es la Propiedad Intelectual.
- Patentar no es sinónimo de bloquear sino, bien al contrario, es el instrumento que permite compartir conocimientos con esa seguridad y confianza a la que nos referimos.

- Los contratos sobre transferencia de Propiedad Intelectual y conocimiento compartido son fundamentales en cualquier proceso de Innovación Abierta.

Innovación (sin adjetivos ni añadidos) es según el Diccionario de la Real Academia la "creación o modificación de un producto y su introducción en el mercado". Seguro que hay definiciones mucho más complejas, pero casi todas inciden en la idea del mercado. El producto novedoso que no llega al mercado será otra cosa (ciencia básica...) pero no puede reputarse como innovador.

Peter Drucker incide en este concepto cuando afirma que "la prueba de una innovación no es su novedad, ni su contenido científico, ni el ingenio de la idea... es su éxito en el mercado".

El mismo Chesbrough afirma que "el verdadero impacto social de una innovación no se evidencia hasta que ha sido comercializada y producida a gran escala en el mercado" (1)

Por tanto el primer aspecto a destacar es que la innovación necesita del mercado y que sin él no puede llamarse tal.

Por Innovación Abierta se entiende –y vuelvo a citar al "padre" del concepto- el uso de los flujos internos y externos de conocimiento para acelerar la innovación interna y ampliar los mercados para el uso externo de dicha innovación según el propio padre del concepto.

Es decir, que a diferencia de la innovación tradicional o cerrada donde cada empresa desarrolla sus proyectos de investigación, en la Innovación Abierta se recurre también a fuentes externas, dando lugar a compartir conocimientos, a tomar información de los clientes, de los proveedores, de start ups, etc. Todo ello confluye, y de esta forma se produce el paradigma según el cual las empresas pueden y deben utilizar de manera sistemática tanto las ideas externas como las internas, y tanto los canales internos

(1) Henry Chesbrough (Innovación abierta. Innovar con éxito en el siglo XXI P. 8)

como externos de acceso al mercado en sus esfuerzos por incrementar su saber-hacer.

Cuando Chesbrough dice que debe hacerse de manera sistemática, se está refiriendo a la creación de una cultura, de otra forma de trabajo a la hora de innovar.

Se trata de abrir los procesos de información a fuentes externas, de fuera adentro. En este contexto es importante saber dónde buscar, entrando en juego la vigilancia tecnológica para tal fin. Pero también hay un proceso de dentro afuera, por el cual las empresas permiten que sus ideas infrutilizadas salgan al exterior para que puedan ser usadas por otros.

Ahora bien, la Innovación Abierta no puede funcionar si no genera confianza. Es preciso dar seguridad a los intervinientes y ahí entra en juego la Ley, los mecanismos de la Propiedad Intelectual-Industrial y la figura del Abogado especialista en estas materias para dar consejo, seguridad y confianza a las partes intervinientes en el proceso.

Aun a riesgo de ser reiterativo recurro de nuevo a Henry Chesbrough para destacar que en su idea de Innovación Abierta "la propiedad intelectual no solo está permitida, sino que es lo que posibilita a las compañías colaborar y coordinarse con total confianza, porque saben que podrán disfrutar de cierta protección contra la imitación directa de otros miembros de la comunidad." (2)

En un modelo de Innovación Abierta las empresas deben ser vendedoras activas (de aquello que no encaja en el modelo de negocio) y compradoras activas de propiedad intelectual (cuando una patente externa encaja en el modelo de negocio). En Innovación Abierta la propiedad intelectual no se arrinconan, sino que se emplea para crear valor a través de cesiones de explotación o de otros mecanismos (3)

Podemos concluir que en la Innovación Abierta los derechos de Propiedad Intelectual son claves para el éxito del proceso y esto es algo que no siempre ha quedado claro pues se ha confundido a menudo - a veces interesadamente- la innovación abierta con conceptos diametralmente opuestos.

Tanto es así que uno de los programas paradigmáticos de la Innovación Abierta como es el Connect & Develop de Procter & Gamble indica en sus respuestas a las preguntas más frecuentes de los usuarios, y referido a quien desea conocer si puede enviar una idea o proyecto sin protección de Propiedad Intelectual, lo siguiente:

*"cabe la posibilidad de que rechacemos la revisión de su envío si observamos que carece de protección de una propiedad intelectual".*

En este contexto -otro de los mitos que derribamos- las patentes no sirven para bloquear, sino para posibilitar el entendimiento y el conocimiento compartido con confianza y seguridad. En Innovación Abierta se mantienen los derechos y garantías de nuestra aportación, simplemente los ejercemos de otra manera.

De esta forma afirmamos nuevamente que el objeto de la Innovación Abierta es la Propiedad Intelectual, dando cabida en ella como forma de protección del conocimiento también al secreto comercial válidamente constituido. Para más detalle sobre secretos comerciales e industriales puede consultarse la Directiva de la Unión Europea 2016/943, que fue objeto de análisis en el número 250 de este mismo Boletín (mayo 2016 pp 10-11).

Sin embargo, el vehículo sobre el que caminaremos serán los acuerdos y contratos propios de la Propiedad Intelectual y sus derechos conexos, es decir: acuerdos de confidencialidad, contratos de transferencia, licencias, cesiones, etc. que deben ser tenidos muy en cuenta precisamente para dotar de seguridad y confianza a las relaciones. Estos negocios jurídicos se contemplan en la nueva Ley de Patentes (Ley 24/2015) en los artículos 74 y siguientes, donde se establecen también los requisitos formales y otras particularidades.

Los contratos se convierten en pieza clave en los proyectos de Innovación Abierta, y versan sobre cómo transmitir el conocimiento y aspectos vinculados (contratos de fabricación, de licencia, de know how, de uso de tecnología...). Serán necesarios para definir la forma en la que cada cual desea transferir su conocimiento al resto y para fijar los límites y condiciones bajo las que ese conocimiento puede ser utilizado (4).

Estos acuerdos permiten una gran libertad de pacto a las partes. Si nada se dice habría que atenerse al texto de la Ley, siendo ella misma la que permite el pacto en contrario en sus disposiciones; libertad que conviene ejercer para confeccionar unos contratos a la medida de nuestras necesidades.

Durante el periodo de negociaciones será preciso dotarse de acuerdos de confidencialidad y hacerse previamente preguntas que clarifiquen aspectos como qué se pretende obtener a través de la Innovación Abierta, en qué medida concuerda con nuestra estrategia de negocio, quién será el titular de los conocimientos, cómo se explotarán los resultados, en qué medida reportará beneficios (que no tienen por qué ser necesariamente monetarios, sino que pueden consistir en acceso a otros conocimientos útiles, etc.).

Dado que el objeto de la Innovación Abierta es la Propiedad Intelectual y dado que los intereses y acuerdos se plasmarán en contratos sobre ella, la mente y el trabajo del experto en estas materias resultará fundamental para el desarrollo de la Innovación Abierta, entendida ésta como nuevo paradigma de las relaciones empresariales en un mundo global. ●

(2) Ibid

(3) Ibid P. 12

(4) Guía práctica para Pymes sobre la gestión de aspectos legales relacionados con la innovación abierta. Euris. P.9