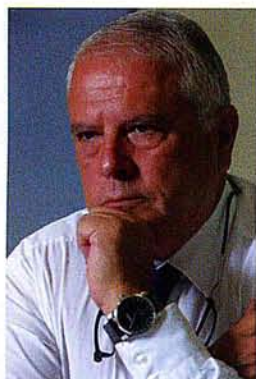


años de crisis

en Valencia



Francisco Ortega, pte. del 'cluster' de envase y embalaje
"Proveemos de soluciones a la práctica totalidad de la industria"



Javier Zabaleta, director del Instituto
"Itene se ha consolidado como centro de referencia en la UE para proyectos relacionados con el envase"

El auge del diseño: posibilidades y nuevos retos para su protección



■ Álvaro Pérez Lluna
Abogado y socio de Demarks&Law
www.demarks.es

El diseño como elocuencia visual singulariza y representa la empresa y sus productos y servicios, y se perfila así como un compañero de viaje inseparable para el crecimiento de las empresas. Y cuando eso sucede, es previsible que otros muchos quieran participar del éxito ajeno

El diseño se está convirtiendo en una herramienta competitiva de primer orden y en el eje central de las estrategias de las grandes empresas, superando incluso la mera externalización, para pasar a integrarse en las propias estructuras empresariales como aliado esencial e imprescindible, no solamente para su propia evolución corporativa, sino también para alcanzar su crecimiento incorporando servicios de diseño para sus clientes.

Las recientes adquisiciones de empresas de diseño como **Mike and Maaik Inc.**, **Hot Studio Inc.** y **Fjordnet Limited** por parte de **Google**, **Facebook** y **Accenture**, respectivamente y entre otros ejemplos, son un claro exponente de esta tendencia, que además atribuye protagonismo al diseño aplicado a servicios y no solamente a productos, como herramienta capaz de impregnar el 'branding' corporativo en su más amplia extensión y de incrementar el valor de la compañía, generando confianza y mejorando la experiencia del cliente.

Vivimos rodeados de diseño. Todo lo que ha creado el hombre desde el principio de los tiempos ha sido diseñado. Pero es el buen diseño lo que incrementa la percepción de valor por parte del público, cualquiera que sea su objeto.

Y las grandes empresas están tomando conciencia de que el público aprecia cuando las cosas están bien diseñadas, y lo valora. Por eso están empezando a incorporar talento y habilidad creativa en esta disciplina.

Proteger el diseño

El diseño como elocuencia visual singulariza y representa la empresa y sus productos y servicios, y se perfila así como un compañero de viaje inseparable para el crecimiento de las

empresas. Y cuando eso sucede, es previsible que otros muchos quieran participar del éxito ajeno.

Por eso las empresas, además de invertir en diseño y crear con ello futuro, necesitan capitalizar y preservar su esfuerzo y sus iniciativas en este ámbito. Necesitan, en la práctica, proteger sus innovaciones formales y estéticas por la vía del registro de sus diseños.

Pero cuando se piensa en la protección del diseño hay que superar el concepto tradicional y más inmediato que se asocia con ello, como es la protección que brinda esta modalidad de registro para los productos industriales o artesanales, porque la protección del diseño tiene una aplicación práctica mucho más extensa y útil para todas aquellas empresas y negocios que no basan su actividad exclusivamente en la fabricación o comercialización de productos.

Y es que la protección de los diseños tiene muchas aplicaciones infrutilizadas. Por ejemplo, se puede proteger el diseño de una tienda, sus escaparates, la decoración de un establecimiento, la disposición del mobiliario y sus elementos ornamentales característicos, incluyendo combinaciones de colores. Puede tratarse de una peculiar presentación del interior de una nueva cadena de heladerías o de un restaurante de comida rápida.

Asimismo, es susceptible de protección como diseño la forma de una etiqueta o la ornamentación y colores de un embalaje de productos alimenticios; o el diseño de escenarios, su iluminación, la disposición y forma de los elementos que lo conforman, los decorados de teatro y espectáculos, y los platós de series o programas de televisión.

Del mismo modo, se puede proteger el diseño de páginas web, las interfaces gráficas de programas informáticos o de aplicaciones móviles, sus iconos y hasta diseños animados o de movimiento como, por ejemplo, gestos táctiles y movimientos de un elemento de una interfaz gráfica o las animaciones de un icono.

Pueden protegerse las esculturas y las estructuras de construcción, como pueden ser las casas o edificaciones, las carpas de circo y las estructuras de parques de atracciones, o, por poner un ejemplo relacionado con un tema que trataremos a continuación, los implantes quirúrgicos y los miembros artificiales, entre tantas otras aplicaciones.

Derecho exclusivo de uso

Ciertamente, la protección del diseño reporta significativas ventajas a su titular, pues confiere un derecho exclusivo que permite impedir a terceros que lo reproduzcan o imiten sin autorización, al tiempo que preserva con ello la distinción respecto a la competencia, incrementan-

do la singularidad, el atractivo y la exclusividad de la identidad empresarial.

Además, constituye un activo transmisible y de generación de valor, tanto por vía de explotación directa, como de explotación indirecta por medio de licencias o venta llegado el caso.

Las últimas cifras oficiales disponibles, tanto en lo relativo a registro de diseños españoles, con 1.056 solicitudes desde el 1 de enero hasta el mes de julio de 2013, como por lo que se refiere a la **Unión Europea**, que registra en el mismo período 11.642 solicitudes de diseños comunitarios, manifiestan un creciente interés y utilización de esta eficaz alternativa de protección de la innovación, con un incremento de hasta un 7% respecto al año 2012, lo que resulta un evidente síntoma positivo más, de la atención que está recibiendo esta disciplina por parte de las empresas.

'Democratización' de la fabricación

Al mismo tiempo, y en paralelo al auge del uso y protección del diseño de servicios o presentaciones, en ámbitos menos tradicionales estamos asistiendo a la que podríamos denominar inminente '*democratización*' del proceso de fabricación.

Se trata de la nueva era de la impresión tridimensional, en la que las tecnologías de fabricación por adición en tres dimensiones de alto rendimiento, que se desarrollaron hace ya tres décadas, han llegado ahora al mercado de gran consumo,

haciendo realidad que cualquier persona pueda producir el objeto que desee, lo que se considera que puede representar la posible "*tercera revolución industrial*".

Su funcionamiento es sencillo: la impresora construye el objeto por adición capa a capa a partir de un material en forma líquida, en polvo o filamento, sobre una serie de representaciones bidimensionales que contiene el archivo digital. Al final del proceso fusiona conjuntamente todas las capas, utilizando únicamente la cantidad de material necesaria para fabricar el objeto, al contrario que los procedimientos sustractivos tradicionales, que desechan material sobrante al recortarlo para producir la forma correspondiente.

Esta tecnología, además, permite crear estructuras más complejas que las que pueden fabricarse utilizando las técnicas de fabricación tradicionales y es particularmente apta para

Las últimas cifras oficiales disponibles, tanto en lo relativo a registro de diseños españoles, con 1.056 solicitudes desde el 1 de enero hasta el mes de julio de 2013, como por lo que se refiere a la Unión Europea, que registra en el mismo período 11.642 solicitudes de diseños comunitarios, manifiestan un creciente interés y utilización de esta eficaz alternativa de protección de la innovación, con un incremento de hasta un 7% respecto al año 2012

Si bien esta tecnología se aplica desde hace años -fundamentalmente a la fabricación de prototipos y en los sectores de automoción y aeroespacial-, en los últimos años se ha extendido a otros sectores comerciales de bienes de consumo, animados por las ventajas que representa, de manera que ya se utiliza de forma habitual en los sectores de joyería y moda, médico-quirúrgico y ortoprotésico

producciones cortas, constituyendo una alternativa más rápida, rentable, eficaz y flexible para las empresas, que los medios tradicionales de producción. Además, puede utilizarse con multitud de materiales (desde plásticos a metales), produce piezas más ligeras y resistentes, y conlleva importantes ahorros de producción y menores emisiones contaminantes.

Tecnología en expansión

Si bien esta tecnología se aplica desde hace años -fundamentalmente a la fabricación de prototipos y en los sectores de automoción y aeroespacial-, en los últimos años se ha extendido a otros sectores comerciales de bienes de consumo, animados por las ventajas que representa, de manera que ya se utiliza de forma habitual en los sectores de joyería y moda, médico-quirúrgico y ortoprotésico.

Es cierto que existen todavía algunas limitaciones para la adopción masiva de esta tecnología en el ámbito doméstico, debido al costo de los materiales para imprimir y a la calidad de resultados y los límites de tamaño de las impresoras destinadas a dicho ámbito.

No obstante, de lo que no cabe duda es que la fabricación de objetos mediante un archivo digital que se imprime de forma doméstica (o a través de los múltiples servicios y plataformas de impresión tridimensional disponibles en internet), es ya una realidad, a partir de aplicaciones informáticas tam-

bién ya disponibles, de forma que cualquiera puede diseñar y fabricar objetos adaptados a sus necesidades o deseos.

El precio de los equipos pronto dejará de ser un problema para la fabricación de objetos en el hogar, pues ya es posible adquirir impresoras tridimensionales por debajo de la cifra de los 1.000 €.

Por otro lado, se estima que el impacto económico de la adopción generalizada de esta tecnología alcanzará los miles de millones de dólares solamente en Estados Unidos en menos de dos años, por lo que se producirá un progresivo abaratamiento que favorecerá el desarrollo de la creatividad individual.

Inquietudes y desafíos

Ahora bien, la impresión tridimensional, por sus posibilidades y características, plantea inquietudes evidentes y desafíos innegables en relación con la propiedad industrial e intelectual, para los que conlleva prepararse adecuadamente.

Del mismo modo que la digitalización del contenido artístico y literario ha generado conflictos y obligado a la industria audiovisual y editorial a reinventarse, la impresión y el escaneo tridimensionales son tecnologías que facilitan la fabricación de copias no autorizadas de objetos en condiciones que dificultan la detección y persecución de dichas copias.

Esto podría desincentivar las inversiones en I+D y diseño de las empresas, y obligará a equilibrar convenientemente la garantía de incentivos y recompensas para quienes invierten en diseño, sin llegar a coartar ni suprimir la posibilidad de utilizar diseños en internet.

Algunos mecanismos y soluciones similares a los que ya hemos adaptado en los ámbitos antes mencionados, artístico y literario, que faciliten la distribución y el intercambio legítimos, en este caso de archivos de diseños, pueden ser la respuesta a este nuevo desafío inminente desde el punto de vista de los usuarios y el gran público.

Y, por supuesto, la inversión en protección desde la perspectiva empresarial debe ser sin duda la estrategia preventiva y habilitante para extraer beneficio y formar parte del nuevo escenario que esta previsible revolución nos depara.