

## Mejorar la estrategia y el rendimiento de la propiedad intelectual

Fuente: E DEUSTO

Hace cinco o diez años, la gestión estratégica de los derechos codificados de propiedad intelectual -es decir, patentes, marcas registradas, copyrights y diseños- era todavía una cuestión relativamente exótica. Más recientemente, este tema ha sido objeto de considerable atención en la literatura empresarial. En términos empíricos, sin embargo, todavía sabemos muy poco sobre la importancia que las empresas dan a la propiedad intelectual como un componente de la estrategia corporativa. A pesar de que los directivos de las unidades de negocio hallan, sin duda, marcos que alinean la estrategia del negocio con la propiedad intelectual de forma eficaz y, a pesar de que la alta dirección se puede inspirar en las pruebas circunstanciales del compromiso de selectos colegas con las patentes, estos directivos también necesitan más datos sobre diversos aspectos importantes que relacionan la propiedad intelectual con la estrategia de la empresa.

En primer lugar, el alineamiento entre la propiedad intelectual y la estrategia de la empresa se ha convertido en algo complejo y diferenciado en las organizaciones. Esto sugiere que, en el futuro, las estrategias de competencia basadas en la propiedad intelectual exigirán la atención de los directivos de todos los niveles (funcional, unidad de negocio y corporativo).

En segundo lugar, lograr cuanto antes la participación de la alta dirección de la empresa en el proceso de planificación de la propiedad intelectual parece ser el factor clave de éxito a la hora de obtener una elevada rentabilidad a partir de la innovación.

En tercer lugar, los diseños organizacionales que fomentan el intercambio informal y frecuente de información entre los altos directivos responsables de la propiedad intelectual, el comité de dirección y el consejo conducen a un mayor rendimiento.

¿Cuáles son las implicaciones de estas conclusiones?

No cabe duda de que las empresas tendrán que dedicar suficientes recursos para participar con éxito en el juego de la propiedad intelectual en un futuro próximo. Sin embargo, los altos directivos también deberían ser conscientes de los cambios implícitos en las cambiantes costumbres con relación a la estrategia de la propiedad intelectual.