



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

Ventaja competitiva y sostenibilidad a largo plazo

Adán Sinohé Sánchez Rodríguez

Septiembre, 2019

¿Qué es una ventaja competitiva?



“Una ventaja competitiva es un aspecto diferenciador de una organización con respecto a otras organizaciones del mismo sector o mercado, con la finalidad de obtener un mejor desempeño y, por lo tanto, una posición ventajosa en dicho sector o mercado”.²



Algunos aspectos en los que una organización podría tener una ventaja competitiva² son:

- El producto



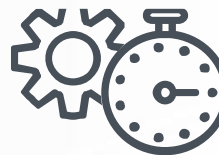
- La marca



- El servicio al cliente



- El proceso productivo



- La tecnología



- El personal



- La ubicación



- La distribución



Para que una ventaja sea considerada competitiva es necesario que cumpla con los siguientes requisitos:

Permitir un mejor desempeño

Debe permitirle a la organización tener un mejor desempeño que la competencia (mayores ventas, mayor margen de ganancia, etc.).²

Permitir un aumento de la rentabilidad

Debe permitirle a la organización el aumento de la rentabilidad que la ubique por encima del promedio del sector o mercado.²



Ser sostenible en el tiempo

Debe ser capaz de mantenerse de mediano o largo plazo. Es decir, que no sea rápidamente obsoleto.²

Ser difícil de alcanzar o igualar

Debe ser difícil de alcanzar, igualar o imitar por la competencia.²

Existen diversas formas de obtener una ventaja competitiva, pero las dos principales son:

Buscar un liderazgo en costos

Consiste en tener los costos más bajos del mercado con el fin de poder ofrecer precios más bajos que los de la competencia. Esta estrategia se da a partir de la innovación, creando procesos más eficientes o simplificando el diseño del producto.²



Buscar una diferenciación

Consiste en ofrecer algo único, original y novedoso para poder diferenciarse o distinguirse de la competencia. Esta estrategia permite generar productos con un mejor rendimiento, que incorporen nuevas funcionalidades o integren características y/o servicios únicos.²

Una ventaja competitiva no es eterna, de hecho, es fundamental que una organización centre sus esfuerzos en una innovación continua si desea mantener una posición competitiva en el mercado.



De la propiedad intelectual a la ventaja competitiva



Si la ventaja competitiva se genera a partir de uno o más elementos clave de diferenciación, la propiedad intelectual permite proteger y rentabilizar esa diferencia en términos comerciales en un mercado particular.



Un elemento diferenciador por sí mismo no es suficiente para generar una ventaja competitiva en el mercado; además, puede contar con la posibilidad de explotar comercialmente dicha diferenciación; lo anterior marca una posición superior sobre los competidores.

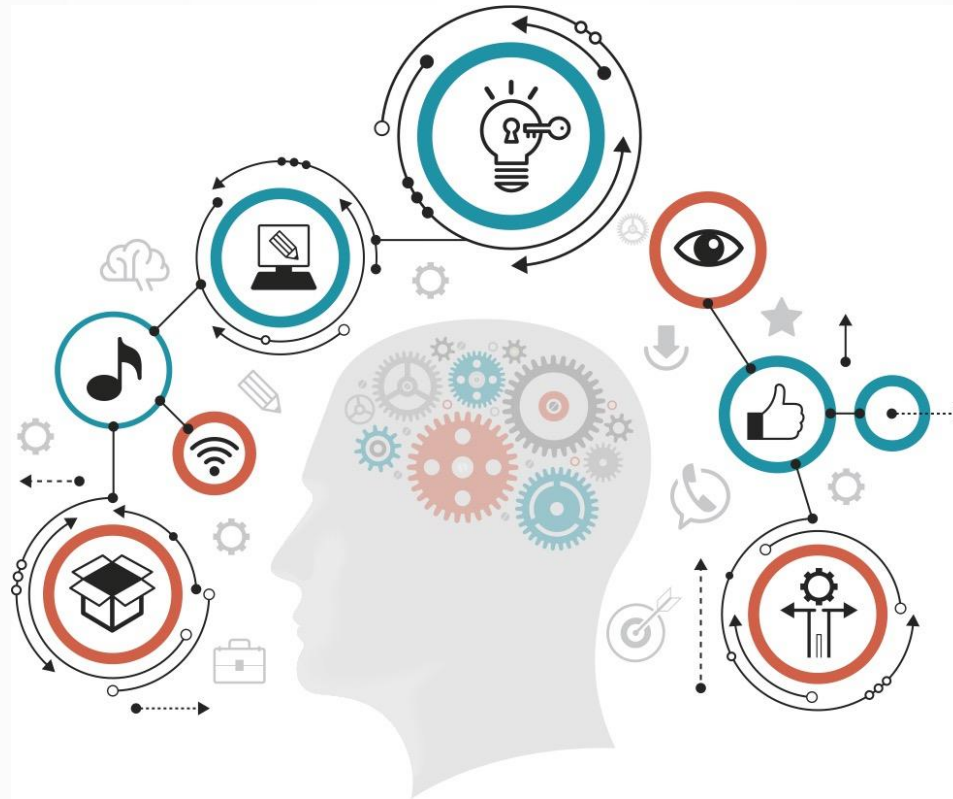


¿Qué es la
propiedad intelectual?



Los derechos de propiedad intelectual son aquellos que se confieren a las personas sobre las creaciones de su mente. Suelen dar al creador derechos exclusivos sobre la utilización de su obra por un plazo determinado. ¹

Una creación estará protegida legalmente dependiendo de las legislaciones de cada país.



La propiedad intelectual tiene que ver con las creaciones intencionales de un individuo de manera planificada. En el caso de teorías o descubrimientos científicos no se consideran legalmente como objeto de protección intelectual.



En México, la propiedad intelectual se divide en derechos de autor y propiedad industrial y el tipo de obras que protegen³ son:

DERECHOS DE AUTOR

Obras fílmicas (películas)

Obras literarias

Obras musicales

Obras artísticas y fotográficas

Diseños arquitectónicos

PROPIEDAD INDUSTRIAL

Invenciones

- Patentes
- Modelos de utilidad
- Diseños industriales
- Circuitos integrados
- Secretos industriales

Signos distintivos

- Marcas
- Nombre comercial
- Aviso comercial
- Denominaciones de origen
- Olores y sonidos

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

Patentes



Este tipo de protección se da ante la creación de un nuevo producto o tecnología.

Da exclusividad al titular de la patente para la explotación comercial de la creación o autorizar su uso a terceros bajo las condiciones que el titular fije.

Se da por un tiempo limitado –20 años–, después de ese periodo la patente caduca y cualquier persona puede hacer uso de la creación sin la necesidad del consentimiento del titular.³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

Modelos de utilidad



Cuando una creación o innovación no se considera una patente por su grado de originalidad, se puede proteger bajo un esquema de modelo de utilidad.

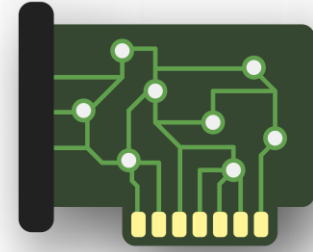
Este mecanismo se da usualmente para la protección de pequeñas innovaciones o mejoras a productos ya creados.

Un modelo de utilidad considera la protección de invenciones de producto a diferencia de una patente que también protege el proceso para su creación.³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

Circuitos integrados



Un esquema de circuitos integrados es el diseño de elementos eléctricos y electrónicos destinado a realizar una función o tarea en un artefacto.

La forma especial en que están ordenados y la disposición para realizar cierta acción particular puede ser susceptible de protección.

La propiedad industrial para circuitos integrados está condicionada a que el esquema de funcionalidad genere una mejora al producto en que se incorpora (por ejemplo, la reducción del tamaño del producto, mayor velocidad, mayor resistencia a temperaturas extremas, reducción en los costos de producción, entre otras).³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

Secretos industriales



Como su nombre lo indica, este tipo de propiedad industrial consiste en proteger toda información de aplicación industrial o comercial de su propietario, que genere una ventaja de diferenciación en el mercado.

Dicha propiedad industrial incluye las características o finalidades de los productos; los métodos o procesos de producción; los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

Para considerarse secreto industrial, esta información debe surgir a partir de un proceso de innovación, no debe ser de carácter público; por lo tanto, no es recomendable este tipo de protección cuando la competencia puede obtener el “secreto” mediante ingeniería inversa.³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

SIGNOS DISTINTIVOS

Marca



Una marca es todo signo que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Una condicionante para su registro de protección es que deba ser perceptible por los sentidos y susceptible de representarse.

Existen diversas tipologías de registro de marcas:

- Marca innominada (logo o diseño)
- Marca nominativa (nombre o palabra)
- Marca tridimensional (forma de un empaque, envase, etc.)³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

SIGNOS DISTINTIVOS

Nombre comercial



Este tipo de signo protege únicamente el nombre de una organización en el área geográfica donde se encuentra ubicado.

El nombre comercial es independiente de la razón social con la que se da de alta la organización.

Usualmente el nombre comercial se utiliza para identificar a un negocio o a un comerciante autónomo; en el caso de las marcas, se aplican para identificar y diferenciar un producto o servicio.³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

SIGNOS DISTINTIVOS

Aviso comercial

Logotipo

— → Recupera la belleza de tu piel ← —

Es la frase, enunciado o expresión que permite dar a conocer al consumidor, la existencia de productos, servicios u organizaciones en un mercado particular con el fin de distinguirlos de la competencia.

En pocas palabras, un aviso comercial es lo que se conoce como un "eslogan".

El registro de un aviso comercial únicamente considera frases u oraciones y no pueden incluir diseño alguno.

PROPIEDAD INDUSTRIAL

SIGNOS DISTINTIVOS

Denominación de origen



La denominación de origen es una expresión de autenticidad ligada a la tradición de ciertos pueblos que aprovecharon sus condiciones geográficas y recursos naturales de su entorno para generar un producto único.

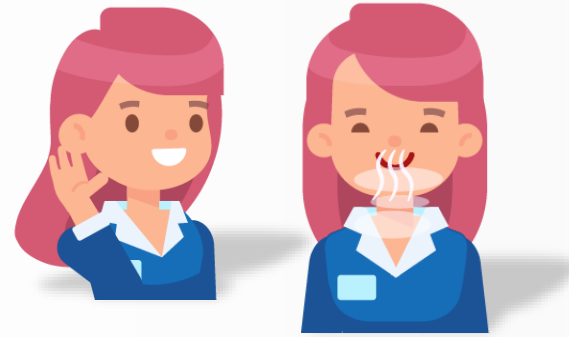
Esta forma de protección da reconocimiento a un producto característico de cierta región.

Se considera que la calidad de dicho producto se debe en gran medida al medio geográfico en que se elabora, es decir, a los factores naturales (por ejemplo: el clima, el suelo, los minerales y el agua, entre otros).³

PROPIEDAD INDUSTRIAL

SIGNOS DISTINTIVOS

Olores y sonidos



También conocidas como “marcas no tradicionales”, existe la posibilidad de registrar elementos distintivos de un producto o servicio relacionados con el olfato o el oído.

Estos elementos deben ser lo suficientemente arraigados y diferenciados en el producto o servicio para que sean susceptibles de protección industrial.

En el caso de las marcas sonoras existe el caso del café “Parroquia de Veracruz S.A.P.I.” registrando el triple golpeteo de una cuchara en un vaso de vidrio.

Respecto a marcas olfativas, “Play-Doh” pudo registrar el olor de su masa para moldear ya que la fragancia del producto fue diseñada de manera exclusiva para dicho producto.⁶

Referencias

1. ¿Qué se entiende por derechos de propiedad intelectual? Organización Mundial del Comercio. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/intel1_s.htm
2. Arturo R. (2015). Qué es una ventaja competitiva. Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva/>
3. IMPI (2019). ¿Qué es propiedad intelectual? Tipos de propiedad intelectual. Recuperado de <https://www.wipo.int/about-ip/es/>
4. IMPI. (2019). ¿Cómo saber si tu marca es registrable. Consulta la disponibilidad de tu marca. <https://www.gob.mx/impi/articulos/como-saber-si-tu-marca-es-registrable-consulta-la-disponibilidad-de-tu-marca>
5. IMPI. (s.f.). Propiedad intelectual como ventaja competitiva. Recuperado de http://2006-2012.conacyt.gob.mx/fondos/institucionales/Tecnologia/Avance/Redes/PROPIEDAD_INTELECTUAL_COMO_VENTAJA_COMPETITIVA.pdf
6. NOTIMEX. (2019). Ya podrás registrar olores y sonidos ante el IMPI. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/nacional/ya-podras-registrar-olores-y-sonidos-ante-el-impi/1295356>