

ELABORACIÓN DE INFORMES TÉCNICOS PARA LA DEFENSA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Sara Gil Mora, José Olaso Melis, Sandra Alemany Mut
Instituto de Biomecánica de Valencia

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS LAS EMPRESAS FABRICANTES DE CALZADO QUE HAN VENIDO apostando por la marca, la innovación y el diseño han sufrido copias de sus diseños y marcas viendo dañada su imagen y su negocio por estas prácticas de competencia desleal.

La defensa de la Propiedad Industrial es tarea de todos, y en este sentido, el Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) pone sus servicios a disposición de las empresas del sector para la elaboración de informes técnicos que puedan ayudar en procedimientos judiciales.

Elaboration of technical reports for the defense of Industrial Property

In the past years the shoe manufacturers that have adopted strategies enforcing brand values, innovation and design have had their products and brands copied and imitated. These unfair practices have considerably affected their brand image and business.

The defense of Industrial Property is up to all of us. Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV) offers its services in this field to the sector's companies, focused specifically on the preparation of technical reports to be included in lawsuits.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años las empresas fabricantes de calzado y de otros muchos sectores han sufrido copias de sus marcas, diseños, patentes y modelos de utilidad. Por este motivo, empresas que apostaron por la marca, la innovación y el diseño han visto dañada su imagen y su negocio debido a estas prácticas de competencia desleal.

En general, existe falta de conocimiento sobre qué hacer cuando las copias son detectadas y también sobre cómo protegerse realmente. Esta situación ha llevado, por ejemplo, a la Agrupación de Exportadores de Calzado de la Comunidad Valenciana (CAVEX) a realizar una gran labor de búsqueda de información que se ha plasmado en la publicación de la "Guía anti-copias para la industria del calzado". Este manual aporta información sobre las distintas herramientas para proteger los signos distintivos o las creaciones fruto de la I+D+i de la

empresa y también sobre cómo se puede actuar una vez que las copias han sido identificadas. Cuando la empresa detecta las copias valora la posibilidad de iniciar un procedimiento judicial con el objetivo de sensibilizar a los consumidores, alertar a posibles falsificadores, incautar la mercancía falsificada e incluso obtener compensaciones económicas por los daños causados.

Sin embargo, a menudo no existe especialización suficiente en los juzgados y por este motivo algunas empresas han solicitado informes técnicos al IBV para aportarlos en los procesos iniciados.

DESARROLLO

La tipología de la copia es muy variada, la hay de marcas y de productos. En este sentido, el IBV dispone de varios servicios a través de los cuáles se pueden analizar las similitudes o



> diferencias existentes entre dos modelos tanto desde un punto de vista de las prestaciones técnicas que proporcionan como de la percepción del consumidor.

En relación a la **comparación de dos productos atendiendo a sus prestaciones técnicas** hay que tener en consideración que existen en el mercado distintas soluciones de diseño que persiguen el mismo objetivo. Por ejemplo, muchas empresas desarrollan distintas soluciones de diseño con objetivota finalidad de mejorar la amortiguación de impactos de calzado, o distintos sistemas con el objetivo de mejorar el confort térmico proporcionado por el mismo.

En este sentido CALLAGHAN desarrolló un sistema, el "Adaptaction", dirigido a reducir la rigidez transversal de la zona delantera del calzado con el propósito de que el zapato se adapte de forma comfortable a pies con distintos anchos. Este sistema fue desarrollado en colaboración con el IBV y ha representado para esta firma un gran éxito empresarial.

Pero, como en innumerables ocasiones, el éxito ha venido seguido de las copias y procedimientos judiciales para determinar si dos sistemas son o no similares.

En este caso, el IBV realizó un estudio dirigido a comparar las diferencias existentes tanto en la solución de diseño adoptada por cada sistema (patentado en ambos casos) cuyo objetivo es la adaptación al pie en la parte delantera, como en el nivel de deformación que cada solución de diseño adoptada consigue.

Para ello se compararon las características (geometría y materiales) de diseño de cada sistema mediante el análisis de componentes homólogos: el piso y la palmilla.

Como resultado se obtuvo que, aunque el objetivo de los dos sistemas es reducir la rigidez transversal de la zona delantera, la solución presentada por cada sistema es distinta. De hecho, tanto la geometría como los materiales usados en la construcción de los componentes piso y palmilla son diferentes.

También se estudió el nivel de deformación conseguido por cada sistema. Los resultados del ensayo de tracción transversal (Figura 1) mostraron que el sistema de CALLAGHAN



Figura 1. Ensayo a tracción del sistema "adaptaction".

tiene una rigidez un 79% menor que el otro sistema estudiado.

Pero no sólo los sistemas con éxito sufren la competencia desleal de las copias. También elementos distintivos como los logotipos de Marcas son imitados a veces por empresas competidoras realizando pequeñas modificaciones que pueden causar confusión en el consumidor.

En este sentido, el IBV dispone de un servicio de valoración de la información del usuario y de herramientas y metodologías que permiten analizar la **percepción del consumidor**.

Este servicio fue solicitado por la empresa MUNICH para analizar si el símbolo utilizado como marca por otra empresa, también fabricante de calzado deportivo, en una línea de productos era confundida por el consumidor con el símbolo utilizado por MUNICH.

Para llevar a cabo este análisis el IBV utilizó una metodología basada en la evaluación de imágenes, donde un grupo de usuarios realizaron varias pruebas con el objetivo de averiguar si existía confusión en la percepción de la simbología en tres supuestos: analizada de manera aislada (Figura 2), en su aplicación en el lateral de la zapatilla (Figura 3) y en su aplicación en el producto completo (Figura 4).



Figura 2. Símbolos utilizados de manera aislada.

Los resultados indican que los símbolos usados por ambas compañías eran confundidos tanto al ser analizados de manera aislada, ya que un alto porcentaje asignaba el símbolo utilizado por otra marca a la marca MUNICH, como en su aplicación en el lateral de la zapatilla y en el producto completo, ya que un gran porcentaje de los sujetos analizados asignaron productos de la otra firma analizada a la marca MUNICH.

CONCLUSIONES

En los últimos años, numerosas empresas fabricantes de calzado que han apostado por la marca, el diseño y la innovación como elementos diferenciadores, han sido víctimas de la copia de sus productos, viendo dañada su imagen y su negocio por estas prácticas de competencia desleal.



Figura 3. Simbología aplicada al lateral de la zapatilla.



Figura 4. Simbología aplicada al producto completo.

La tipología de la copia es muy variada, las hay de marcas y de diseños. En este contexto, el IBV dispone de varios servicios a través de los cuales es posible analizar las similitudes o diferencias existentes entre dos modelos, tanto desde el punto de vista de las prestaciones técnicas que proporcionan, como de la percepción del consumidor.

La defensa de la Propiedad Industrial es tarea de todos. A tal fin, el IBV ofrece los servicios descritos a las empresas del sector para la elaboración de informes técnicos que puedan ayudar en procedimientos judiciales para la defensa de la Propiedad Industrial.

En este artículo se presenta, como ejemplo, la labor desarrollada junto a dos empresas españolas que han invertido en I+D+i y han cosechado un gran éxito en el mercado internacional. Los resultados obtenidos han sido de gran utilidad para las empresas permitiéndoles una defensa rigurosa de su marca y de sus diseños.

AGRADECIMIENTOS

A la Agrupación de Exportadores de Calzado de la Comunidad Valenciana (CAVEX), por su publicación "Guía anti-copias para la industria del calzado" que sin duda será muy útil en la defensa de la Propiedad Industrial.

A CALLAGHAN por su apuesta por la I+D+i, así como por la defensa de su Patente.

A MUNICH por el gran esfuerzo realizado a la defensa de su Marca.