



Las innovaciones en el sector turístico. Un análisis a través de las patentes Caso: Distrito Metropolitano de Quito, y universidades con escuelas de turismo

Innovations in the tourism sector. An analysis through patents Case: Metropolitan District of Quito, and universities with tourism schools

Bladimir Zhunio Armas Msc.

Universidad de Especialidades Turísticas

bzhunio@udet.edu.ec¹

¹ Manuscrito recibido el 3 de agosto del 2017, aceptado tras revisión el 17 de diciembre del 2017. Kalpana Nro. 15 (2017) ISSN: 1390-577

Resumen

El estudio aborda aspectos relacionados con la parte conceptual referente a las patentes, innovación, marcas, invención, entre otros, para luego presentar aspectos relacionados con la inscripción de las patentes, registros de marcas que como propuesta desde la academia y los distintos sectores y subsectores se han efectuado ya sea en sus principales procesos, como en los subprocesos que están presentes en cada uno de ellos. Para esto fue necesario recabar información a través de la consulta tanto en fuentes primarias como secundarias, partiendo de una propuesta metodológica mixta, (inductiva, exploratoria, cualitativa y cuantitativa), desarrollando un papel preponderante como herramienta de investigación la visita de campo, manifiesta a través de la visita a la entidad rectora de la propiedad intelectual del Ecuador (IEPI) a fin de obtener información cabal y concreta de esta fuente, además de la entrevista que se aplicó a los distintos actores, especialmente aquellos vinculados con las escuelas de turismo y hotelería existentes en la ciudad de Quito.

Palabras claves

Innovación, invento, patentes, registro, marcas

Introducción

Quienes estén al frente de las empresas relacionadas con el turismo, deben considerar como parte de sus estrategias a la innovación en cada uno de los productos que su empresa oferta, todo ello encaminado finalmente a satisfacer los requerimientos cada vez más variados de sus diferentes clientes, y también a generar más ingresos económicos para sus compañías, por lo tanto, es importante que en estas estrategias, como parte de su propuesta de desarrollo, tomen en cuenta alternativas tendientes a la investigación, desarrollo e innovación, I+D+I

Abstract

The study addresses aspects related to the conceptual part regarding patents, innovation, trademarks, invention, among others, to later present aspects related to the registration of patents, trademark registrations as a proposal from the academy and the different sectors and subsectors they have been carried out either in their main processes, or in the subprocesses that are present in each one of them. For this it was necessary to gather information through consultation in both primary and secondary sources, starting from a mixed methodological proposal (inductive, exploratory, qualitative and quantitative), developing a preponderant role as a research tool the field visit, manifested to Through the visit to the governing entity of the intellectual property of Ecuador (IEPI) in order to obtain full and concrete information from this source, in addition to the interview that was applied to the different actors, especially those linked to tourism schools and existing hotels in the city of Quito.

Keywords

Innovation, invention, patents, registration, trademarks

Es necesario dar pasos adelante en función de la creación de nexos entre los diferentes actores relacionados con la actividad turística (operadores mayoristas, agencias de viaje, hoteles, transporte, universidades y escuelas politécnicas, etc.), tendientes al involucramiento de manera permanente en el campo de la I+D+I, considerando que estos actores son los que mejor conocen los diferentes procesos y subprocessos que se llevan a cabo en sus organizaciones, y también de sus necesidades y las de sus usuarios y que además conocen de métodos y formas para realizar investigaciones, como es el caso de las universidades y escuelas politécnicas.

Para el presente caso, la necesidad de esta investigación está orientada a conocer cómo estas últimas instituciones han incursionado en el campo de la investigación, innovación y desarrollo con miras a favorecer en mayor o menor grado a la actividad turística del Ecuador

Resultados

La creciente necesidad que tienen las empresas por alcanzar altos niveles de competitividad va de la mano con la también incesante búsqueda por inventar e innovar a través de programas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I). De este aspecto no están exentas las empresas turísticas, los profesionales o empresarios inmersos o por ingresar en este apasionado campo, y tienen la obligación de prepararse adecuadamente para contribuir al fortalecimiento de sus empresas en base a sus propuestas de diferenciación frente a la competencia.

Según la OMT, para el año 2020 la actividad turística registrará alrededor 1.600 millones de viajeros, lo que proporcionará más de dos billones de dólares, valor que indudablemente será recaudado en mayor cantidad por aquellos países o regiones que cuenten con una mayor y competitiva oferta turística que permita satisfacer los requerimientos de los visitantes. La creación de productos turísticos diferentes requiere de nuevos emprendimientos que vayan acordes con las nuevas tendencias y requerimientos de los clientes tanto internos como externos, por esta razón la tarea para posicionar el nuevo producto puede ser bastante compleja.

El reto de las universidades es cada vez mayor, el mismo que está enfocado a la generación de conocimiento, por lo que es necesario fomentar la mentalidad empresarial con la intención de contribuir al incremento del nivel de formación emprendedora entre los estudiantes. Un estudio realizado por la Comisión de Comunidades Europeas, en base a un universo de 664 instituciones de educación superior concluyó que:

- “Más del 50 % de estudiantes universitarios no tienen ningún tipo de acción relacionada con el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Las universidades europeas muestran un considerable retraso en este campo con respecto a Canadá y Estados Unidos.
- Existe muy poca cooperación entre las instituciones para intercambiar buenas prácticas.
- La mayoría de las instituciones dedican al menos 50 euros por alumno y año en el fomento del espíritu emprendedor.
- Es necesario consensuar una definición más exclusiva de lo que se entiende por educación emprendedora”¹

Cuando se habla de emprender, paralelamente se habla de inventar, innovar, patentar, registrar, marcas.

La innovación ha cobrado una singular relevancia en todos los sectores, especialmente en los últimos tiempos. “La innovación debe estar presente en cualquiera de nuestras actividades y las formas de afrontarla son tan variadas como el concepto en sí mismo. De hecho la innovación es una forma de afrontar la vida, una forma de trabajar”²

Las patentes

Fue en Venecia, en el siglo XII, en donde por primera vez se protegió una invención. A los beneficiarios se les concedía diez años de monopolio; los inventores del proceso del tejido de la seda fueron los primeros en gozar de este beneficio. John Utyman, en 1449, obtuvo una patente por un proceso de fabricación de cristal usado por los vidrieros venecianos. Antiguamente las patentes, y por ende sus privilegios, no establecían diferencias entre los inventores y los importadores de técnicas nuevas, pues lo que se proponía era asegurar nuevas tecnologías para el uso doméstico y limitar la dependencia de las importaciones.

En la República de Venecia en “1474 se estableció el primer estatuto relacionado con las patentes, en él se estableció que los dispositivos nuevos e ingeniosos, una vez que se hubieran puesto en práctica, tenían que ser comunicados a la República para obtener la protección legal contra posibles infractores”³, según este mismo, la invención tenía que ser nueva y útil (para el Estado), los derechos conferidos al inventor tenían que ser exclusivos, la patente tenía un periodo limitado.

En Inglaterra, la Corona continuó ofreciendo privilegios a quienes buscaban patentar, encontrando así una manera extra de recaudar fondos, llegando a ser la concesión de documentos de patente una práctica de la que se abusó ampliamente y dio paso al descontento general entre el pueblo, pues se concedió monopolios a cualquier persona favorecida generalmente a cambio de una suma de dinero y otras formas.

Después de mucha protesta pública, el monarca de aquel entonces, James I, se vio precisado a cancelar todos los privilegios de patente existentes. El Estatuto de Monopolios, adoptado en 1623 concedió monopolios solamente a las nuevas invenciones y por un tiempo limitado.

“La llegada de la revolución industrial a Inglaterra sirvió como catalizador en materia de patentes que aceleró la adopción legislativa en los diferentes países industrializados. Francia creó su primera Ley de patentes en 1791, y Alemania lo hizo en 1877. En 1883 los sistemas de patentes se internacionalizaron a través de la firma del Convenio de París”⁴. En América, las primeras patentes fueron expedidas en 1641 por los gobiernos coloniales y las primeras leyes de patentes para los EE.UU. fueron establecidas por el Congreso en 1790, bajo la autoridad del Artículo 1 Sección 8 de la Constitución.

Una patente es un derecho exclusivo concedido a una invención, es decir, un producto o procedimiento que aporta una nueva manera de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. Para que sea patentable, la invención debe satisfacer determinados requisitos, entendiéndose que “Una invención se considera nueva si no forma parte del estado de la técnica, entendiéndose por esto último todo lo que sea conocido o utilizado en público de cierta forma, en cualquier lugar del mundo, antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente”⁵. En muchos países son evidentes las exclusiones para patentar ciertas invenciones relacionadas con plantas, animales o teorías científicas. Una patente “se otorga para parar a otros de hacer, usar o vender una invención creada durante un tiempo limitado. Una idea no es patentable; las patentes son sólo apropiadas para objetos físicos útiles como aparatos, utensilios, o herramientas”⁶.

Aquel que obtiene una patente por una invención, “debe, por lo general, satisfacer las siguientes condiciones para que su patente sea protegida: debe tener uso práctico; debe presentar asimismo un elemento de novedad; es decir, alguna característica nueva que no se conozca en el cuerpo de conocimiento existente en su ámbito técnico.”⁷, tiene el derecho de decidir quién puede o no utilizar lo patentado durante el período en el que esta permanezca protegida, del mismo modo éste puede dar su permiso a terceros para utilizar la invención de acuerdo a términos establecidos. El titular puede vender el derecho a la invención a un tercero, el mismo que pasará a ser el nuevo titular de la patente. Cuando esta expira, también lo hace la protección, y la invención pasa a pertenecer al dominio público, lo que significa que pasa a estar disponible para la explotación comercial por parte de terceros.

A través de las patentes, los inventores pueden alcanzar reconocimiento y recompensas materiales por su creatividad; estos incentivos alientan la innovación, lo que garantiza la mejora constante de la calidad de la vida humana, vegetal y animal. Es obligación de todo aquel que patenta, a cambio de la protección de ésta, publicar información sobre su invención, con el fin de contribuir a enriquecer el conocimiento en el mundo, lo que lleva a promover una mayor creatividad e innovación en otras personas, hecho que beneficiará a las futuras generaciones de inventores e investigadores.

Al no existir requisitos estandarizados a nivel mundial para la concesión de patentes, estos varían de un país a otro, la solicitud de protección de patente debe presentarse en cada país y su validez estará dada dentro de su jurisdicción, de acuerdo con la legislación vigente. En algunas regiones, las oficinas regionales de patentes, por ejemplo, la Oficina Europea de Patentes (OEP) y la Organización Regional Africana de la Propiedad Intelectual (ARIPO), aceptan solicitudes de patentes regionales u otorgan patentes que surten el mismo efecto que las solicitudes presentadas o las patentes concedidas en los Estados miembros de esa región.

El registro de marca

Sumado a la protección de los inventos e innovaciones, a través de las patentes resulta importante considerar el registro de marca, la misma que no es otra cosa que “un signo distintivo, cuya principal función es diferenciar en el mercado a los productos y/o servicios de una empresa de los de sus competidores”.⁸

“La marca puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas”.⁹

El registro de una marca concede una serie de beneficios y derechos al titular, le protege en la zona en donde ha sido registrada, llegando incluso a extenderse esta zona hacia otros lugares, en función de los acuerdos existentes entre países, El registro, desalienta el uso de una marca de manera ilegal, permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que incumplen derechos; también el registro de marca concede el derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías, derecho a franquiciar su producto o servicio. Una marca registrada se convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el bien más valioso de la empresa. “Una marca Colectiva Sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o de servicios de empresas diferentes que utilizan la marca bajo el control del titular”¹⁰.

La innovación y el desarrollo de la ciencia y la tecnología en Ecuador, juegan un papel fundamental y eso lo saben el Gobierno y la empresa privada, por lo tanto,

“la estrategia de cambio de la matriz productiva tiene como columna vertebral el conocimiento, la innovación, la ciencia y la tecnología. El gasto en Ecuador destinado a ciencia, tecnología e innovación llegó en 2011 a \$ 1.210 millones, equivalentes al 1,58% del producto interno bruto (PIB). Solo en lo que se refiere a investigación y desarrollo (I+D) se destinaron \$ 269,47 millones, o el 0,35% del PIB, 2.009 y 2.011 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y la Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Senescyt)”¹¹.

Tabla N° 1 Tipo de Gasto en investigación en Ecuador

Tipo de Gasto	Cifras (2011)	% del PIB
Investigación y desarrollo	269,47	0,35%
Otras actividades de ciencia y tecnología	42,66	0,06%
Otras actividades de innovación	898,40	1,17
Total	1210,53	1,58%

Fuente: INEC y Senescyt. Encuesta de Actividades de Ciencia, Tecnología e innovación (2009 – 2011)

Según la encuesta del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC y la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología SENESCYT, en el sector de servicios se encuentra el mayor número de empresas consideradas innovadoras (27,7%), seguido por manufactura (20,31%), en el comercio (9,72%) y en minas y canteras (1,15%) está el menor número de negocios innovadores. Las empresas ecuatorianas introducen innovaciones, en mayor medida, en lo que se relaciona con procesos de producción de objetos tangibles, y generan menos cambios en asuntos ligados a la comercialización y a la misma organización. Los recursos obtenidos para generar innovaciones provienen principalmente (67%) de las mismas empresas. La banca privada financia ese tipo de proyectos en un 17%, el Gobierno lo hace en un 7%, mientras el 8% del crédito proviene de recursos del exterior.

Del mismo modo, según la nueva Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), realizada en el año 2014, el número de investigadores en el país creció 372,9% en cinco años al pasar de 2.413 a 11.410 en 2014, lo que representa una tasa de 1,59 de investigadores por cada 1.000 personas de la Población Económicamente Activa; además se indica que el gasto en actividades de ciencia y tecnología e innovación fue de 1.923 millones de dólares, es decir, un 88,9% (905 millones de dólares) más que lo reportado en 2.009, y el gasto en Investigación y Desarrollo (I+D) fue de 450,3 millones de dólares que corresponde al 0,44% respecto del Producto Interno Bruto (PIB) frente a los 246,73 millones registrados en 2009. En el caso de innovación, el gasto fue de 1.540,4 millones de dólares, un 82,2% más que el gasto del 2009 que alcanzó los 845,5 millones. También se pudo evidenciar que en el período de investigación 2012 – 2014, el 54,51% de las empresas investigadas realizaron algún tipo de innovación en producto, proceso organizacional o de comercialización.

“La recolección de información de ACTI se realiza a través de dos encuestas: una de Ciencia y Tecnología (C y T); y, una de Innovación. La primera se hizo a 158 Instituciones de Educación Superior, Institutos Públicos de Investigación, entidades públicas y organismos sin fines de lucro; mientras que la de Innovación fue dirigida a 16.826 empresas manufactureras, mineras, de comercio y de servicios para obtener información de sus actividades innovadoras. Los datos fueron recolectados de septiembre a noviembre del 2015 y la información obtenida refleja el periodo 2012 – 2014, fundamentándose en estándares y normativas internacionales como los Manuales de Oslo y Frascati, guías metodológicas que se emplean a escala mundial para que los procesos de levantamiento de información sean estandarizados”¹².

Si bien, el sector servicios es el que registra un mayor número de innovaciones, no obstante, no es posible apreciar el dinamismo con el que la actividad turística y sus diferentes subsectores y sus respectivos procesos y subprocesos (agencias de viaje, operadoras, hoteles, restaurantes y transporte público) se han dado. Tanto las patentes de inventos e innovaciones, al igual que el registro de marcas son aspectos muy importantes que deben ser tomados en cuenta en el sector del turismo, por ser una pieza clave de la riqueza corporativa. Es importante para los empresarios entender, cuantificar y pronosticar el poder de las patentes y registros de marcas, especialmente de las comunidades menos desarrolladas y que se encuentran en la zona de influencia de los atractivos y que son popularmente conocidas y que incluso gozan de muy buena reputación en todo sentido.

Es importante destacar que aunque la industria del turismo ha recorrido un largo camino desde aquellos días, cuando cruzar el Atlántico acarrea una serie de acciones como las de evadir grandes bloques de hielo en una embarcación de vapor, aún falta mucho camino por recorrer; “gracias a los avances de la tecnología, de la aviación y la computación, viajar por el mundo jamás ha sido más fácil, o más placentero, sin duda, los científicos no comprometidos en erradicar enfermedades o salvar el planeta están trabajando horas extras para hacer que nuestras vacaciones sean aún mejores”¹³. En este compromiso, sin lugar a dudas, deben estar inmersas las distintas universidades, de manera especial aquellas que cuentan con facultades de turismo.

En la industria hotelera y gastronómica también son evidentes los cambios ocurridos a lo largo del tiempo, es necesario destinar esfuerzos a la eficaz y eficiente utilización de los recursos, a la reducción de costos, a fin de lograr mayores niveles de rentabilidad; es necesario que desde las distintas escuelas de hospitalidad y gastronomía se destinen energías y fondos para generar proyectos de investigación tendientes a lograr productos acordes con las circunstancias. Existen elementos que han perdido vigencia como: escritorios en las habitaciones, “wifi de pago, room service, el mostrador en la recepción, llaves y tarjetas electrónicas para puertas, las alfombras, bañeras, armarios, centros de negocios, cambios diarios de toallas”¹⁴, etc., por lo que es importante dar paso a la creatividad e inventiva a fin de crear nuevos productos, nuevos procesos y subprocesos.

A fin de conocer el estado en el que actualmente se encuentran las distintas universidades existentes en el Distrito Metropolitano de la Ciudad de Quito con respecto a la generación de patentes y registros de marcas que se han dado como resultado de sus procesos de investigación, se procedió a contactar tanto de manera directa tanto a los distintos representantes de las escuelas de turismo, como a las principales autoridades de Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI.

Gloria Torres miembro del IEPI indica que entre el período 2013 – 2016, las patentes concedidas por esta entidad se clasifican por sectores tecnológicos y no de manera concreta en sus diferentes subsectores, procesos y subprocesos, por lo tanto resulta evidente que en Ecuador, tanto la inscripción de patentes, como los registros de marcas que apunten directamente al sector de servicios y a sus diferentes procesos, no existen. Del mismo modo, en la investigación efectuada en el IEPI se pudo constatar que de parte de las distintas universidades existentes en el Distrito Metropolitano de la Ciudad de Quito, tanto privadas, como estatales no existen patentes solicitadas ni registros de marcas relacionadas con la actividad turística.

Tabla N° 2 Subsectores, procesos y subprocesos de la actividad turística patentados por las universidades

	Subsector		Procesos	Sub procesos	N° Patentes			
I	Hostelería	1	Alojamiento	A	Recepción	0		
				B	Pisos	0		
				C	Conserjería	0		
				D	Lavandería	0		
				E	Telefonía	0		
				F	Mantenimiento	0		
				G	Medio ambiente	0		
				2	Restauración	A	Cocina	0
						B	Restaurante	0
						C	Almacenes	0
D	Medio ambiente	0						
3	Administración							
		II	Transporte	1	Transporte aéreo	0		
				2	Transporte terrestre	0		
				3	Transporte marítimo	0		
4	Seguridad			0				
III	Agencias de viajes	1	Mayoristas					
				2	Minoristas	0		

Fuente: Sancho, A. *Sector turístico e innovación. Un análisis a través de las patentes*. Universidad de Valencia

Elaborado por: Zhunio, B. 2017

Los atractivos turísticos y el registro de marcas

Un claro ejemplo lo constituye El Cañón del Sumidero ubicado en Chiapas (México) un lugar espectacular. La característica principal es su gran profundidad, con un acantilado de más de mil metros sobre el cauce del río Grijalva; guarda una inigualable riqueza biológica en su zona fluvial, montañosa, selvática y boscosa, que a todo turista le agradaría conocer. La naturaleza tardó más de 36 millones de años en labrar esta imponente formación de roca, este sitio se ha convertido por su popularidad en una marca.

“Sin embargo, a la fecha, no hay un solo registro marcario en la clase 41, para estar protegido como “Parque Ecológico Turístico con Actividades De Esparcimiento, Deportivas, Culturales y Educativas”, situación que da la posibilidad a otras personas para registrar la denominación “Cañón del Sumidero” y aplicarla a distintos productos o servicios”¹⁵.

Dicha denominación puede ser registrada para un restaurante, para un hotel, para servicios de transporte, de publicidad para productos como el café, artesanías, *souvenirs*, bolígrafos, campamentos de vacaciones, servicios de spa, artículos de vestir, entre muchas opciones mas que pueden protegerse en sus respectivas clases y que le da mucho valor a la marca; un lugar con tal importancia y trascendencia debe aprovecharse al máximo. Al parecer, algo similar sucede en Ecuador, pues muchos lugares están provistos de características singulares, tanto naturales como culturales y que solo al mencionar el nombre (marca) han alcanzado cierto posicionamiento y, por lo tanto, despiertan el interés tanto de propios como de extraños por visitarlos.

Son ejemplos: Cuicocha, Quilotoa, Cotopaxi, Nariz del diablo, Papallacta, etc. De acuerdo a la investigación realizada, se ha podido constatar que estos nombres no están registrados ni protegidos como marca en ninguna de las clases existentes, (claro está, desde la perspectiva netamente turística) y que a través de esta marca hayan generado valor que pueda repercutir especialmente en beneficio de algún colectivo en particular.

El turismo es un sector donde la demanda cada vez es más variada. Las diferentes modalidades de la propiedad industrial, como las marcas colectivas o denominaciones de origen, son herramientas útiles para posicionar el turismo. “Es importante reforzar no solo los recursos culturales que ya posee un país, sino también resulta imprescindible vincular el sector turístico con la investigación para hacer que el turismo sea un recurso sostenible”¹⁶.

Según Diego León, quien es Director de Marca Turística del Ministerio de Turismo, marcas como *El Salinerito* y *Los quesos de Bolívar* (Provincia de Bolívar) son algunos de los proyectos que se impulsan. La intención es que el turista, a más de comprar el producto, sea parte de la experiencia y de esta manera también incorpore el contenido cultural de los productos nacionales.

En este sentido, el IEPI destaca que con respecto al registro de marcas no se tiene un campo que especifique el sector al que va orientada, sino más bien, se identifica a través de la Clasificación Internacional de Niza, (1957) que categoriza a los productos y servicios para el registro de las marcas de fábrica o de comercio y las marcas de servicios. La utilización de la Clasificación de Niza permite la presentación de solicitudes empleando un solo sistema de ordenamiento y la simplificación del proceso administrativo, es decir, los productos y servicios a los que se aplica una marca estarán categorizados de la misma manera en todos los países que hayan adoptado la clasificación.

La Clasificación Internacional de Productos y Servicios está compuesta por 34 clases de productos y 11 clases de servicios. El texto de la Clasificación Internacional está dividido en tres listas: la primera, correspondiente a las clases, incluye una descripción muy general de los productos o servicios contenidos en cada una de ellas, además de notas explicativas sobre el tipo de productos o servicios incluidos en esa categoría. La segunda y tercera listas son relaciones alfabéticas de los productos y servicios en las que se indican la clase a la que pertenece cada uno de ellos. Contienen alrededor de 10 mil indicaciones relativas a productos y mil, a servicios¹⁷.

En el país se han dado acciones destinadas a sociabilizar el Proyecto de Propiedad Intelectual, Turismo y Cultura. Ecuador junto a Namibia y Sri Lanka y Egipto forman parte de este proyecto, “ésta iniciativa, impulsada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI, tiene como objetivo analizar y apoyar los instrumentos de la propiedad intelectual en la promoción del turismo, los conocimientos, las tradiciones y la cultura nacional para propiciar un crecimiento económico”¹⁸.

Es evidente que al menos en la ciudad de Quito, ninguna universidad ha solicitado la inscripción de alguna patente y, menos aún, el registro de alguna marca cuyo nombre corresponda a algún atractivo, que sea resultante de su proceso de gestión en sus respectivas escuelas de turismo, hotelería y gastronomía.

Conclusiones

“El desarrollo basado en el conocimiento se asocia, con frecuencia, a la generación de más empleo y mejor cualificado, un más rápido incremento de la riqueza, la reconversión de industrias tradicionales”¹⁹, por lo que la creación de una cultura de intercambio de conocimiento en las escuelas de turismo del Distrito Metropolitano de Quito, implica, entre otros aspectos “un diseño apropiado del espacio urbano, la existencia de redes de tecnologías de la información y otro tipo de infraestructuras y espacios públicos de soporte a las interacciones”²⁰ como pueden ser los *knowledge* cafés o los *science shops*, cuyo propósito común sea participar en el desarrollo del conocimiento, orientado a demostrar, a través del aprendizaje continuo, las transformaciones que operan en el orden nacional e internacional, en el ámbito turístico y sus diversos sectores y subsectores, para construir directrices claras que apunten a generar riqueza.

Será conveniente la creación de *clusters* en donde la academia y sus escuelas o facultades de turismo jueguen un rol protagónico que orienten los esfuerzos a la creación de redes que incluyan a productores, fabricantes de insumos, canales de distribución, compañías de sectores finales y proveedores de servicios turísticos, con miras a alcanzar los objetivos y la competitividad, entendiendo que un *cluster* no es un sector, ni una agremiación, tampoco una industria y peor aún una cadena productiva, se trata de una agrupación de empresas o de industrias de apoyo y relacionadas entre sí, que se organizan alrededor de objetivos comunes con el fin de reforzar mutuamente su ventaja competitiva; estos *clusters* aportan sinergias, produciendo un intercambio de información de tal forma que todos pueden acelerar sus procesos de innovación. “Una de las finalidades principales del cluster es que éste involucra el sentido de colaboración y apoyo sobre todo de los eslabones más fuertes de la cadena a los más débiles”²¹, en este caso a los del sector turístico del Distrito Metropolitano de Quito.

Según el IEPI, en Ecuador se inscriben 1.000 patentes por año, pero máximo 20 son ecuatorianas y no necesariamente relacionadas con el turismo; el resto son invenciones extranjeras que se registran en Ecuador para tener exclusividad, y el mayor porcentaje son de farmacéuticas con un 95%, la causa puede ser la falta de motivación, y de interés en la innovación en los mismos.

No se han registrado en el Ecuador en los últimos años marcas turísticas comunitarias como: Cotopaxi, Quilotoa, Nariz del diablo, etc., debido a que hay baja interacción entre el sector productivo, las universidades y el sector público al momento de desarrollar una innovación, pues no hay una cultura creativa, por esta razón en promedio solo 1,97% de las solicitudes de patentes son ecuatorianas; las universidades y escuelas politécnicas solicitan el 1,3% patentes al año, pero estas no necesariamente tienen que ver con el turismo.

Cabe destacar que la forma de alcanzar una patente relacionada con el sector turístico en general, establece un proceso, por ejemplo: una receta no se patenta, pero si se realiza un recetario, es posible patentar como derecho de autor, se puede crear un purificador ecológico de agua el cual se lo puede patentar como propiedad industrial, este se lo puede utilizar en hoteles pero no quiere decir que es una patente hotelera.

Es importante entender que los mercados a nivel mundial demandan nuevos productos y servicios, por lo que la capacidad de innovar para responder a estas necesidades debe ser proactiva, propositiva, por lo que resulta pertinente y de gran relevancia que las universidades en cuya oferta están presentes las carreras enfocadas al turismo, destinen esfuerzos y recursos adicionales a la generación de estudios tendientes a la satisfacción de esta demanda.

Notas al final

¹ García, F. Ruiz de la Rosa, C. Pasos. Revista de turismo y Patrimonio Cultural. (2009). El papel de las Universidades en el fomento de la emprendeduría turística: el caso de la Universidad La Laguna. Vol 7 N° 3 Pág. 15

²Sales, R. García, C. Innovando la innovación. Revisado en junio de 2017 en: https://www.researchgate.net/profile/Ricardo_Ubeda/publication/28222835_Innovando_la_innovacion/links/544abde70cf2d6347f402450/Innovando-la-innovacion.pdf

³ Pipers. Historia de las patentes. Revisada en marzo 31 de 2017 en: <http://pipervps.piperpat.com/es/es-es/infopi/preguntasfrecuentes/%C2%BFqu%C3%A9esunapate/historiadelaspatentes.aspx>

⁴ Protecnia. Patentes y Marcas. Historia de las patentes. Revisada en marzo 31 de 2017 en: <http://www.protecnia.eu/patentes/historia-de-las-patentes/>

⁵ Organización mundial de la propiedad intelectual. OMPI. Revisada en marzo 17 de 2017 en: http://www.wipo.int/patentscope/es/patents_faq.html

⁶ Cámara de comercio de España. Asociación para la defensa de la marca: Que son las marcas, Revisado en Marzo 17 de 2017 en: <http://andema.camaras.org/?q=content/que-son-las-marcas>

⁷ *Ibidem*

⁸ Cámara de comercio de España. Asociación para la defensa de la marca: Que son las marcas, Revisado en Marzo 17 de 2017 en: <http://andema.camaras.org/?q=content/que-son-las-marcas>

⁹ Ecuador ama la vida. ¿Cómo registro una marca? Revisada en junio de 2017 en: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

¹⁰ Ibídem

¹¹ Diario el telégrafo. *Invencción e innovación ganan terreno en el Ecuador* Revisada en enero de 2017 en: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador>. www.eltelegrafo.com.ec

¹² Agencia de Noticias Andes. *El número de investigadores y la inversión en innovación creció significativamente en Ecuador* Revisada en junio de 2017 en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/numero-investigadores-inversion-innovacion-crecio-significativamente-ecuador.html>

¹³ 17 inventos para viajes que necesitamos ahora mismo. Revisado en junio de 2017 en: <http://cnnspanol.cnn.com/2016/03/11/17-inventos-para-viajes-que-necesitamos-ahora-mismo/#0>

¹⁴ Cerodosbe. Diez servicios y comodidades de los hoteles que pasarán a la historia. Revisada en junio de 2017 en: http://www.cerodosbe.com/es/alojamiento/diez-servicios-y-comodidades-de-los-hoteles-que-pasaran-a_19062_102.html

¹⁵ Redacción Mi Patente. El sector turístico en general debe sumarse a la gestión marcaria, pues el realizar sistemáticamente promoción turística de un lugar es, de hecho, construir una marca de destino. Revisada en junio de 2017 en: <http://www.mipatente.com/marcas-o-destinos-turisticos/>

¹⁶ Francesca Toso, Consejera Principal de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI.

¹⁷ Indecopi. Clasificación internacional de Productos y servicios, revisada en abril de 2017 en: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/clasificacion-internacional-de-productos-y-servicios>. La undécima edición entró en vigor el 1 de enero de 2017

¹⁸ Ecuador ama la vida. 2016. Ecuador forma parte del proyecto piloto “Propiedad Intelectual, Turismo y Cultura”. Boletín N° 071. Revisado en abril de 2017 en: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-forma-parte-del-proyecto-piloto-propiedad-intelectual-turismo-y-cultura/>

¹⁹ Ergazakis, k..... & Askounis D. *unified methodological approach for the development of knowledge cities*. *Journal of Knowledge Management*, 2006, Vol. 10, núm. 5, p. 65-78

²⁰ Fitch, J. *Una aproximación a la evaluación del imaginario del turismo en las ciudades del conocimiento*. Revisada en agosto de 2017 en: <http://www.redalyc.org/pdf/162/16229723005.pdf>

²¹ Gestiópolis. *Concepto de Ciudades del Conocimiento*. Revisada en octubre de 2015 en: <http://www.gestioapolis.com/concepto-ciudades-conocimiento/>

Bibliografía

Agencia de Noticias Andes. *El número de investigadores y la inversión en innovación creció significativamente en Ecuador*. Revisada en junio de 2017 en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/numero-investigadores-inversion-innovacion-crecio-significativamente-ecuador.html>

Cámara de comercio de España. Asociación para la defensa de la marca: Que son las marcas, Revisado en Marzo 17 de 2017 en: <http://andema.camaras.org/?q=content/que-son-las-marcas>

Cerodosbe. Diez servicios y comodidades de los hoteles que pasarán a la historia. Revisada en junio de 2017 en: http://www.cerodosbe.com/es/alojamiento/diez-servicios-y-comodidades-de-los-hoteles-que-pasaran-a_19062_102.html

Diario el Telégrafo. *Invencción e innovación ganan terreno en el Ecuador*. Revisada en enero de 2017 en: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/invencion-e-innovacion-ganan-terreno-en-el-ecuador>. www.eltelegrafo.com.ec

Ecuador ama la vida. ¿Cómo registro una marca? Revisada en junio de 2017 en: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>¹

Ecuador ama la vida. 2016. La creatividad de los estudiantes se plasma en proyectos para el sector turístico cultural. Boletín N° 054. Revisado en abril de 2017 en: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-forma-parte-del-proyecto-piloto-propiedad-intelectual-turismo-y-cultura/>

Ecuador ama la vida. 2016. Ecuador forma parte del proyecto piloto “Propiedad Intelectual, Turismo y Cultura”. Boletín N° 071. Revisado en abril de 2017 en: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-forma-parte-del-proyecto-piloto-propiedad-intelectual-turismo-y-cultura/>

Francesca Toso, Consejera Principal de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI.

García, F. Ruiz de la Rosa, C. Pasos. Revista de turismo y Patrimonio Cultural. (2009). El papel de las Universidades en el fomento de la emprendeduría turística: el caso de la Universidad La Laguna. Vol. 7 N° 3 Pág. 15

IEPI, *Patentes del Ecuador*, 2016/Octubre/10, revisado en Febrero de 2017 <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>

IEPI. (02 de 01 de 2010). *IEPI*. Revisado el 30 de 1 de 2017, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/>

Indecopi. Clasificación internacional de Productos y servicios, revisada en abril de 2017 en: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/clasificacion-internacional-de-productos-y-servicios>. La undécima edición entró en vigor el 1 de enero de 2017.

17 inventos para viajes que necesitamos ahora mismo. Revisado en junio de 2017 en: <http://cnnspanol.cnn.com/2016/03/11/17-inventos-para-viajes-que-necesitamos-ahora-mismo/#0>

MGS. (01 de 01 de 2010). *GESTOR DE PRODUCTOS Y SERVICIOS* . Revisado el 30 de 11 de 2017, en: <https://webaccess.wipo.int/mgs/?lang=es>

Organización mundial de la propiedad intelectual. OMPI. Revisada en marzo 17 de 2017 en: http://www.wipo.int/patentscope/es/patents_faq.html

Pipers. Historia de las patentes. Revisada en marzo 31 de 2017 en: <http://pipervps.piperpat.com/es/es-es/infopi/preguntasfrecuentes/%C2%BFqu%C3%A9esunapatente/historiadelaspatentes.aspx>

Protecnia. Patentes y Marcas. Historia de las patentes. Revisada en marzo 31 de 2017 en: <http://www.protecnia.eu/patentes/historia-de-las-patentes/>

Redacción Mi Patente. El sector turístico en general debe sumarse a la gestión marcaria, pues el realizar sistemáticamente promoción turística de un lugar es, de hecho, construir una marca de destino. Revisada en junio de 2017 en: <http://www.mipatente.com/marcas-o-destinos-turisticos/>

Sales, R. García, C. Innovando la innovación. Revisado en junio de 2017 en: https://www.researchgate.net/profile/Ricardo_Ubeda/publication/28222835_Innovando_la_innovacion/links/544abde70cf2d6347f402450/Innovando-la-innovacion.pdf

Sancho, A. *Sector turístico e innovación: Un análisis a través de las patentes*. Universidad de Valencia, Facultad de Ciencias Económica y Empresariales