

Estrategias para impulsar la Competitividad en las PYMES Mexicanas a través de la PI

Strategies to Promote Competitiveness in Mexican SMEs through Intellectual Property

Dr. José Roberto González Trejo
robertotrejo@wissen.mx - +522225286793

Abg. Lucas Santiago Astudillo Peñafiel
lucastudillo1998@gmail.com - +54 1138927469

RESUMEN

Este artículo analiza el papel de la propiedad intelectual (PI) como motor de competitividad y crecimiento en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) mexicanas. Actualmente, la gestión adecuada de la PI se convierte en un factor decisivo para la innovación y sostenibilidad empresarial. A partir de revisión de datos estadísticos, informes internacionales y revisión bibliográfica se evidencia cómo la protección de activos como marcas, patentes y derechos de autor ofrece ventajas significativas en términos económicos y de diferenciación en el mercado. Asimismo, se examinan los desafíos que enfrentan las PYMES en México, como el desconocimiento sobre la PI, el acceso limitado a financiamiento, la falta de formación especializada y las barreras institucionales para registrar sus activos. Mediante el análisis de casos internacionales, como la industria cinematográfica de Nigeria (Nollywood), y experiencias exitosas en otros países, se plantean estrategias concretas para fomentar el uso y aprovechamiento de la PI en el ecosistema empresarial mexicano. Estas incluyen la capacitación continua, el diseño de procesos registrales accesibles, programas de financiamiento adaptados a las PYMES y el fortalecimiento de las políticas públicas.

Palabras clave: Estrategias, PYMES, competitividad, propiedad intelectual, impulso.

ABSTRACT

This article analyzes the role of intellectual property (IP) as a driving force behind competitiveness and growth in Mexican small and medium-sized enterprises (SMEs). Today, effective IP management has become a decisive factor for innovation and business sustainability. Through a review of statistical data, international reports, and relevant literature, the paper demonstrates how the protection of assets such as trademarks, patents, and copyrights provides meaningful advantages in terms of market differentiation and economic performance.

It also examines the core challenges faced by Mexican SMEs, including limited IP awareness, restricted access to financing, insufficient specialized training, and institutional barriers that complicate the registration of IP assets. By analyzing international examples—such as Nigeria's Nollywood film industry—and showcasing successful strategies from other countries, the paper proposes actionable measures to encourage greater IP adoption among Mexican SMEs. This article analyzes the role of intellectual property (IP) as a driving force behind competitiveness and growth in Mexican small and medium-sized enterprises (SMEs). Today, effective IP management has become a decisive factor for innovation and business sustainability. Through a review

of statistical data, international reports, and relevant literature, the paper demonstrates how the protection of assets such as trademarks, patents, and copyrights provides meaningful advantages in terms of market differentiation and economic performance. It also examines the core challenges faced by Mexican SMEs, including limited IP awareness, restricted access to financing, insufficient specialized training, and institutional barriers that complicate the registration of IP assets. By analyzing international examples—such as Nigeria’s Nollywood film industry—and showcasing successful strategies from other countries, the paper proposes actionable measures to encourage greater IP adoption among Mexican SMEs. These include ongoing training, the design of accessible registration processes, financing programs tailored to SMEs, and the enhancement of public policy frameworks.

Keywords: Strategies, SMEs, competitiveness, intellectual property, driver.

INTRODUCCIÓN

El potencial para generar ventajas competitivas a partir de la propiedad intelectual (PI) a una entidad económica es inmenso. A lo largo de la historia una gran cantidad de empresas construyeron trayectorias prósperas derivadas de la innovación y el conocimiento aplicado, combinados siempre con elementos de infraestructura física, que comúnmente condicionaron el éxito del modelo de negocio de dichas organizaciones, sin embargo, en las últimas décadas los activos intangibles han superado en relevancia a los tangibles.

El cambio es evidente considerando que en 1975 solo el 17% del valor de las 500 empresas más grandes del índice Standard & Poor’s correspondía a bienes intangibles ya que prevalecían los bienes materiales como número de pozos petroleros, fábricas, etc. Para el 2018, el cambio fue tan abrupto que dicha cifra ascendió al 84% de bienes intangibles (Standard & Poor’s 500, 2019) lo que se traduce en un cambio de visión para dichas empresas en la que sus activos intangibles adquieren mas prevalencia sobre los tangibles.

Este cambio no solo afecta a grandes corporaciones ya que otros actores menores del mercado también pueden verse beneficiados por una correcta gestión de sus activos intangibles como son las PYMES, esas micro, pequeñas y medianas empresas, que se caracterizan por contar con dimensiones con ciertos límites financieros y ocupacionales que se encuentran prefijados por los Estados (Pereira, 2019) Dichas dimensiones son: cantidad de empleados, facturación y activos con los que cuentan.

En México, la Secretaría de Economía ha establecido dos parámetros para determinar si una entidad económi-

ca puede considerarse como PYME (Diario Oficial de la Federación, 2019). El primero es por el número de colaboradores y se le denomina PYME a una organización con menos de 250 miembros en su platilla laboral. El segundo es por la cantidad de ingresos, en el cual una PYME es aquella organización que tiene ventas anuales menores a \$250,000,000.00 millones de pesos, los cuales a julio de 2025 equivalen a aproximadamente 12 millones de dólares americanos.

Las PYMES también han podido aprovechar la PI debido al cambio de la Economía Industrial a la era de la Economía del Conocimiento, pues es un escenario que ha propiciado un cambio drástico en la forma de hacer negocios. La digitalización ha facilitado que muchas PYMES operen sin infraestructura física, utilizando únicamente un sitio web, redes sociales o incluso una cuenta de WhatsApp Business como canal de negocio obteniendo y formando una buena cartera de clientes. Esto reduce costos operativos y pone en plano principal a los intangible. En ese contexto, la PI no solo protege dichos activos, sino que también puede convertirse en un motor de competitividad que es uno de los elementos clave dentro del presente análisis.

La competitividad, en las organizaciones es un término difícil de definir, ya que se mantiene en constante evolución; definirla implica incluirla en el contexto de la época en que se desarrolló. Por ende, es imprescindible comprender su proceso evolutivo. Conocer los conceptos, definiciones y evolución de los enfoques de competitividad específicamente aplicada a las empresas permite entender sus diferentes definiciones, que van desde la calidad en general hasta la administración por calidad total (Cantú Delgado, 2011).

No obstante, aunque difícil de definir según Navarro en Carrasco Vega et. al (2021) es aquella capacidad que tienen las empresas para producir y mercadear sus productos y servicios en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad. Esta incluye atributos como durabilidad, facilidad de uso, seguridad y sostenibilidad (Juran, 2003) así como la capacidad de adaptarse con mayor rapidez a los cambios tan volátiles del mercado. Un producto califica como competitivo cuando sus características tangibles e intangibles satisfacen las necesidades del consumidor (Jacoby, 2019).

El ciclo se asemeja un poco a la paradoja del huevo y la gallina. Para generar competitividad las empresas deben gestionar adecuadamente sus activos intangibles, sin embargo, para poder concebir intangibles casi siempre es necesario pasar por etapas de estandarización tanto de procesos como de resultados, lo cual está inherentemente ligado a la calidad.

Una entidad económica nunca será competitiva si no es capaz de producir bienes con determinados atributos que les confieran una apreciación de calidad. Por tanto, no valdrá la pena proteger mediante patentes o derechos de autor dichos bienes o los procesos por los cuales se constituyen, mucho menos registrar una marca para identificarlos.

A su vez la innovación, protegida legalmente a través de la PI, ha sido la clave de en el éxito de empresas como TOYOTA (OMPI, 2022) o IG Kogyo (OMPI, 2022) que registraron patentes desde fechas tan lejanas como 1890 y 1970, respectivamente. Sin embargo, esta situación se aprecia de manera muy distinta en países en vías de desarrollo como México debido a que la innovación enfrenta obstáculos que se derivan de distintos factores como educativos, sociales y económicos.

Gracias a esto, comprender la relación causa-efecto entre la PI y competitividad en las PYMES mexicanas, no solo cobra relevancia sino una completa necesidad al entender como una correcta gestión estratégica de la PI puede generar mayor competitividad dentro de las PYMES en un entorno cada vez mas dinámico y basado en el conocimiento. No obstante, para alcanzar dicho objetivo el camino está lleno de obstáculos porque en la mayoría de países no existen estrategias que permitan aumentar y potenciar esa relación causa y efecto entre estas dos variables mencionadas anteriormente.

COMO INFLUYE LA PI EN LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES

Aunque han existido diversas iniciativas para medir la

contribución de la PI en la competitividad empresarial, muchas han integrado una multiplicidad de indicadores que miden variables distintas al ámbito de la PI. Esto dificulta obtener mediciones precisas sobre el impacto de la misma en la economía de un país (IMPI & IP Key, 2019). Por esta razón, resulta relevante ceñirse a los datos oficiales que distintos organismos ponen al alcance de la población después de haber evaluado y medido la actividad económica y registral de la PI.

El primer esbozo de una investigación que estimaba el aporte de la PI a la economía de un país ocurrió en 2012, cuando la Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (USPTO por sus siglas en inglés) publicó un estudio enfocado en el tema. Los resultados sorprendieron: la contribución de la PI dentro del contexto económico estadounidense representó 34.8% del Producto Interno Bruto (PIB), 18.8% del empleo y 60.7% del total de las exportaciones. Además, mostró que los salarios semanales promedio fueron 42% superiores a los salarios en industrias no intensivas en el uso de derechos de PI (IPR, por sus siglas en inglés) (IMPI & IP Key, 2019).

Un año después de que la investigación de la USPTO se publicara, la Oficina Europea de Patentes, y la Oficina de PI de la Unión Europea (EUIPO) realizó un estudio similar para con las organizaciones de su territorio arrojando conclusiones igual de contundentes que reflejan el papel estratégico de la PI en el desarrollo económico.

Si trasladamos esta discusión al contexto de países que se encuentran en vías de desarrollo, el caso de la industria cinematográfica en Nigeria, conocida como Nollywood resulta igual de ilustrativo. Su fama ha llevado a que se la compare con Hollywood, el gigante por excelencia de la industria cinematográfica. Nollywood es un claro ejemplo de cómo la protección y el aprovechamiento de las cintas cinematográficas a través de los derechos de autor también pueden actuar como motores de desarrollo económico para las empresas. Solo en 2014 se produjeron aproximadamente 1200 películas, equivalentes a unas 50 por semana, cifra que incluso superó Hollywood (Oh en Santamaría Hernández, 2022).

Gracias a la industria cinematográfica alrededor de un millón de personas consiguieron empleo, convirtiéndose en la segunda fuente de empleo después de la agricultura. Este fenómeno ha generado conciencia en población nigeriana sobre la importancia de registrar correctamente las obras ante las oficinas nacionales competentes.

Con este impulso, la industria cinematográfica en Nigeria es considerada como un elemento clave y de vital im-

portancia, no solo para el sector de artes, entretenimiento y recreación, sino también para el desarrollo económico del país. Su impacto se extiende a las pequeñas y medianas empresas y contribuye con un 2,3 % del Producto Interno Bruto (PIB) (PWC 2017). Este dato es un fiel reflejo la rentabilidad y competitividad que puede generar una correcta gestión de la PI en diversas industrias, no obstante, para llegar a este punto Nigeria tuvo que atravesar largos procesos de adaptación y adopción de políticas públicas más amigables con el objetivo de que las empresas de la industria cinematográfica entiendan la importancia de la PI.

El director general e la OMPI ha dejado muy en claro que el uso inteligente de la propiedad intelectual impulsa el crecimiento, fomenta la creatividad, y aporta soluciones que benefician a la gente (OMPI. 2025). Todo esto en un contexto cuando la OMPI anunció a las diez PYMES y empresas emergentes ganadoras de Premios Mundiales: Reconocimiento a la Innovación y el Impacto Impulsados por la PI, Edición 2025, que no solo buscaban ampliar sus negocios sino también contribuir económica y socialmente. Los proyectos de los ganadores están en medio ambiente e industrias creativas.

Estos estudios son valiosos porque evidencian los beneficios cuantificables que ofrece la PI a una empresa que se preocupa por protegerla y explotarla con diligencia. Además, refuerzan la idea de que proteger una marca, un diseño, un modelo o una patente no sólo es necesario, sino que agrega valor a un bien ofrecido a un consumidor y reditúa en múltiples beneficios (Post, 2017), haciendo que la empresa sea más competitiva.

LA INFLUENCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ECONOMÍA MEXICANA

A nivel local, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) en colaboración con la oficina en Latinoamérica de IP Key, organismo dependiente de la Unión Europea, presentó en 2019 un reporte titulado “La Contribución Económica de la PI en México”. Dicho reporte utilizó la misma metodología utilizada previamente por la USPTO y la EUIPO, con el objetivo de determinar el margen en la que la PI se encuentra inmersa en la economía mexicana.

Los resultados obtenidos evidencian que las industrias intensivas generan valor de gran magnitud en el entorno económico, en el consumo, el empleo, las exportaciones y la inversión. De las 822 actividades productivas nombradas en el reporte, se identificaron 445 industrias intensivas en el uso de IPR. De éstas, 44.5% son intensivas en

más de un derecho de PI, lo cual denota que la mayoría de las empresas de ese sector además de contar con su marca registrada también cuentan con patentes o derechos de autor. Esta multifocalidad evidencia un aprovechamiento estratégico de los activos intangibles.

En términos de empleo, el aporte directo e indirecto de las industrias intensivas en IPR fue de 17.6 millones de plazas laborales, lo que representó el 33.6% del empleo total a nivel nacional denotando así la concentración del uso de la PI en ciertos actores económicos.

De la misma manera, estas industrias intensivas participaron con 47.8% del PIB en México, el cual alcanzó un valor total de \$24.2 billones de pesos. A su vez, en el comercio exterior aportaron el 74.7% del valor de las exportaciones, mientras que en el caso de las importaciones la cifra fue de 72.9% del total.

Entre las 20 principales industrias intensivas en patentes y diseños industriales predomina el sector manufacturero, mientras que en el caso de marcas predomina el de servicios. En ambos casos es notoria la participación de entidades extranjeras o conformadas por capital extranjero, lo que revela una apertura estructural en sectores claves de la economía.

Estos datos empatan con los rasgos de una economía en vías de desarrollo, debido a que, si bien los números de las industrias intensivas son contundentes, las empresas que aportan datos estadísticos positivos son una minoría si se considera el total de empresas que existen en México (Secretaría de Economía, 2020).

Un ejemplo de lo anteriormente dicho es la aportación de los diseños industriales: 19.2% al PIB, 13.7% al empleo, 56.3% a las exportaciones, 44% a las importaciones. Además, los salarios fueron 10.7% mayor a las industrias no intensivas. Lo que alimentaría la narrativa popular que el ingenio mexicano no tiene comparación y que como nación ofrece salidas prácticas a problemas técnicos complejos.

La realidad es que la aportación de los diseños es muy grande porque la contribución de las patentes -la verdadera expresión de la innovación y el conocimiento aplicados- es irrisorio. Esta brecha evidencia la necesidad de vincular estos datos económicos con políticas públicas robustas tales como inversión, educación, formación profesional, innovación, ciencia y tecnología.

En suma, el conjunto de estos indicadores permite reconocer que el valor de la propiedad intelectual se encuentra en constante crecimiento, sobre todo cuando se analiza desde la óptica del bienestar, desarrollo económico y competitividad en un mercado en el que resaltar del resto no

es una opción sino una necesidad, no obstante, surge la incógnita de si la PYMES mexicanas son conscientes de esta situación.

¿LAS PYMES MEXICANAS DAN IMPORTANCIA A LA PI?

Según un informe de la Secretaría de Economía Federal en octubre 2020, en México el 80% de las PYMES no cuenta con una marca registrada (Milenio Diario, 2020). Este dato refleja la realidad que a día de hoy persiste en el entorno empresarial mexicano: la escasez de protección de los activos de PI por parte de sus creadores, incluso en aquellos sectores que dependen de la innovación y conocimiento.

Son varios los factores que nos llevan a ese resultado, sin embargo, podemos avistar principalmente dos. El primero sin duda es el desconocimiento generalizado sobre procedimientos para proteger los activos intangibles, o incluso que esos procesos existan. El segundo radica en la falta de interés por parte del mediano, pequeño y micro empresario para proteger los activos intangibles de su organización por que no perciben a la PI como una herramienta estratégica para sus negocios.

Mientras un dueño o alto directivo de una gran empresa podrían con facilidad enumerar distintos beneficios de contar con marcas registradas, es común que al preguntarle al dueño de una PYME el motivo por el que no cuenta con la protección marcaría que su empresa requiere, su respuesta un cuanto escéptico sea “¿y eso para qué me sirve?”. La respuesta es el resultado de una conjunción de diversos elementos, que van desde la falta de difusión por parte de instituciones oficiales hasta la informalidad que ha proliferado en la cultura empresarial de las PYMES. Si el ejercicio anterior se repite al preguntar la protección de derechos de autor o invenciones es muy común que el dueño de la PYME también desconozca sobre el tema.

La realidad del registro de marcas en México no es la que demanda un país que se sitúa como la economía mundial número 14 (OMC, 2020). Lo anterior se repite en los demás esquemas de protección a la PI, la sociedad mexicana tiende a la falta de Formalización en el sector empresarial. Esto se ve reflejado en hechos como no proteger los derechos de autor o en exhibir un índice de patentamiento sumamente bajo.

En 2021, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) recibió alrededor de 17,184 solicitudes de patente, sin embargo, solamente el 8% (1,334), fueron realizadas por mexicanos, mientras que el 92% (15,850) provinieron de solicitantes extranjeros. Si se analizan las

solicitudes de patentes otorgadas, se podrá observar que de las 8,510 solo 407 (4.7%) les fueron concedidas a los mexicanos y 8,103 (95.22%) a extranjeros (Corona Vega, 2020).

Según el informe sobre el comercio mundial publicado por la OMC en 2019, la participación de los activos intangibles en la inversión empresarial de los países de la OCDE es significativa. Sin embargo, en México sólo representa el 2% (OMC, 2019).

Bajo este contexto, resulta imprescindible medir el nivel de aprovechamiento que tiene una PYME sobre sus activos de PI, pues, aunque en párrafos anteriores se ofrece una visión macro del sector empresarial y su relación con la PI, es imperativo conocer la situación de las micro, pequeñas y medianas empresas de México ya que son estas unidades económicas la que generan el 72% del empleo y 52% del PIB nacional (INEGI, 2021).

Comprender este comportamiento puede ser el preámbulo para generar herramientas de fácil acceso y apegadas a las necesidades de una PYME en la segunda década del Siglo XXI. Tales herramientas podrían maximizar las oportunidades competitivas que ofrece la propiedad intelectual en un entorno económico cada vez más dinámico y centrado en el valor de los activos intangibles.

HACIA UNA ESTRATEGIA PARA GENERAR COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES CON LA PI

Con todos los datos previamente analizados, podemos decir que la PI es un impulsor de competitividad y rentabilidad para las empresas. No obstante, no todas las empresas aprovechan y explotan estos beneficios como es el caso de las PYMES. Es por ese motivo que resulta esencial plantear estrategias que resulten ser efectivas para contrarrestar los dos factores principales por los cuales los empresarios de PYMES no protegen su PI, pues al identificar la problemática, también se puede ofrecer soluciones que nos permitan comprobar que la PI, de hecho, es un impulsor de competitividad también para las PYMES no solo a nivel mexicano sino a nivel mundial.

1.- Conocer y analizar a su propia empresa

Muchos propietarios de PYMES desconocen la situación económica real de sus

empresas, razón por la cual, replantear estrategias para ser más rentables, termina siendo una opción en lugar de una necesidad. En mercados que a día de hoy se encuentran marcados por la alta competitividad, esta visión actual resulta insuficiente para garantizar el crecimiento, o si quiera para ser rentables.

En este sentido, es fundamental que las PYMES tomen conciencia y destinen recursos en profesionales capacitados en analizar su empresa desde una perspectiva económica y financiera, pero con un enfoque modernizado. Esto tiene sentido ya que, tradicionalmente, el valor de una empresa se determina por la suma de todos los activos tangibles con los que cuenta en ese momento. No obstante, hoy en día los activos intangibles como marcas, derechos de autor, patentes y conocimientos técnicos, adquieren mayor relevancia. A pesar de esto, no significa que en la mayoría de las PYMES estos activos estén debidamente reflejados en su información financiera, dado que medirlos y controlarlos no es una tarea sencilla (Funes en Pardo-Cueva et al., 2017).

Trabajar sin adecuada gestión de estos activos implica que las PYMES estarían operando a ciegas, lo que imposibilita identificar oportunidades para replantear modelos de negocio en caso de ser necesario, o aprovechar aquello con lo que ya cuentan actualmente. Las empresas que reconocen y valoran su capital intelectual, innovación y PI tienden a mostrar mayor flexibilidad y menos dependencia a esquemas tradicionales de presupuestación, lo que les permite adaptarse a escenarios cambiantes dentro del mercado (Tayles et al., 2007). Esta capacidad de adaptación es clave para destacar en entornos competidores que entran con propuestas más creativas e innovadoras en las cuales la PI juega un papel cada vez más importante.

En consecuencia, no basta con analizar los activos intangibles de manera puntual; es necesario que los empresarios de las PYMES lo hagan de manera periódica. Los derechos de PI requieren vigilancia y control constante para identificar y prevenir posibles incumplimientos e infracciones. Se recomienda llevar a cabo una revisión anual de la situación de los derechos de PI, evaluar los cambios en la empresa, identificar nuevos elementos susceptibles de protección y mejorar los sistemas y procedimientos de resguardo de estos activos (Accountancy Europe, 2022).

2.- Capacitación y creación de concienciación sobre la PI:

Como se mencionó anteriormente, uno de los principales obstáculos para la protección de la PI en las PYMES es el desconocimiento. Esta carencia puede ser atendida directamente desde las aulas de las propias instituciones educativas primarias, secundarias e instituciones de educación superior, lo que coloca a las mismas en una posición en la que deberían estar prácticamente obligadas a implementar e integrar el estudio de la PI no solo en carreras como abogacía, sino también en disciplinas como ingenie-

ría, medicina, economía y administración de empresas-

Universidades e institutos de educación superior se han convertido en verdaderos polos de innovación e investigación, dedicando importantes recursos ya proyectos de I+D- Por ello, los resultados de dichos proyectos deben estar debidamente protegidos. La gestión efectiva de la PI en entornos universitarios es de vital importancia para comprender sus necesidades y fomentar un ecosistema de protección adecuado (Restrepo, 2014).

Lamentablemente, la realidad y el entorno político, económico y social de Latinoamérica actualmente, lejos de ser perfecto, no permiten que estas instituciones eduquen a sus alumnos sobre la importancia y el proceso de patentar sus inventos. Temas como por qué y cómo patentar, los requisitos para registrar una marca o las ventajas competitivas de proteger un activo intangible suelen quedar relegados, a pesar de la relevancia estratégica para emprendedores e innovadores.

Las instituciones de educación no son los únicos actores que pueden y deben aportar con capacitación y creación de una cultura más amigable de la PI con la sociedad. Los organismos oficiales de cada país en materia de PI tienen la responsabilidad de promover campañas de capacitación y difusión sobre PI y sus procesos registrales. Un ejemplo de esto lo encontramos Reino Unido, donde la oficina de PI local implementó estrategias centrada en el respeto de la misma. Al detectar el desconocimiento legal por parte del público en torno al consumo de piratería se lanzó una iniciativa dirigida a sensibilizar a los consumidores (Neville-Rolfe en Santamaría Hernández, 2022).

Una de las actividades más destacadas fue la organización y colaboración con una empresa de animación para crear un concurso donde los niños podrían comprender la importancia y relevancia que tienen los derechos de PI. En dicho concurso participaron niños y adolescentes de entre 4 a 16 años y los incentivos de un premio permitieron una sensibilización y toma de conciencia por parte de los participantes y de sus compañeros (Cracking Ideas Design Competition en Santamaría Hernández, 2022).

En México, también se han desarrollado iniciativas en esta línea. La empresa “Huevocartoon”, en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria del Cine y Videograma, lanzó una campaña cuyo objetivo era educar y sensibilizar contra la piratería. Dicho video se pasaba previo a que iniciara cualquier película, razón por la cual, el público estaba al tanto del mismo (El Universal, 2012).

Todo esto demuestra que los principales responsables de capacitar y educar sobre PI y sus buenas prácticas son las instituciones educativas y el Estado, a través de sus or-

ganismos competentes, como las oficinas locales de PI o entidades relacionadas con el arte y la cultura.

Esta formación puede llevarse a cabo mediante campañas impulsadas en conjunto con instituciones educativas o en colaboración con el sector privado, ya sea a través de convenios marco o acuerdos específicos. No obstante, dichas campañas deben implementarse de manera constante y continua, ya que, de lo contrario, la sensibilización pierde el impacto y efecto deseado con el tiempo, especialmente en una era digital donde la piratería se ha vuelto más accesible.

3.- Ofrecer mecanismos de protección idóneos y fáciles para los derechos de PI.

La PI permite transformar ideas en activos rentables produciendo ingresos para las empresas. Aquellas empresas que gestionan correctamente sus activos intangibles suelen atraer a potenciales inversionistas, pues constituye un indicio positivo sobre cómo se maneja y gestiona la empresa de manera interna, generando una sensación de confianza en dichos inversionistas. En este sentido, cualquier estrategia dirigida a proteger los activos de PI es percibida positivamente dentro del entorno empresarial.

Sin embargo, cuando los mecanismos de protección no son adecuados, comprensibles o ágiles para sectores como las PYMES, se genera una barrera significativa. Muchos empresarios pueden llegar a considerar engorrosos o complicados los procesos para registrar su marca por falta de información, plataformas viejas y desactualizadas, incluso cuando lo han intentado se han encontrado con un proceso excesivamente prolongado lo que desalienta la protección de sus activos.

En países en vías de desarrollo, donde la PI no ha cobrado aún la relevancia necesaria para ofrecer mecanismos de protección más adecuados y amigables con el entorno de las PYMES, la falta de una protección correcta, oportuna y eficiente puede generar un escenario de incertidumbre para potenciales inversionistas. Esto afecta directamente la cadena de valor, pues la certeza jurídica sobre la titularidad de los derechos de PI y los contratos es un factor clave en esta cadena.

Un ejemplo ilustrativo es la industria cinematográfica de Nigeria (Nollywood) que se mencionó anteriormente, pues en su momento enfrentó obstáculos debido a la ausencia de prácticas formales para el registro de contratos. Esto limitaba a los profesionales de la industria a accionar legalmente en caso de conflictos (Oh en Santamaría Hernández, 2022). Esta situación reflejaba no solo una falta

de información institucional, sino también la inexistencia de procesos adecuados que fomentaran la práctica habitual de registrar obras, redactar contratos con bases sólidas en PI e inscribir dichos contratos de manera efectiva.

Para superar estas dificultades, se propone que las oficinas nacionales de PI de cada país ofrezcan a sus usuarios manuales de uso, optimicen y actualicen sus plataformas y ofrezcan herramientas de fácil uso. Como ejemplo positivo de esto se puede mencionar el caso del Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) de Argentina que tiene implementada una función para que los usuarios puedan realizar de manera gratuita una búsqueda fonética de antecedentes previa para determinar la factibilidad de registro de la marca con solo colocar la denominación que quisieran registrar y verificar que dicha denominación no esté ya registrada o en trámite de registro, incluso sin asesoría legal especializada.

En contraste con lo anterior, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) de Ecuador exige el pago de una tasa por este mismo servicio, la calidad de los resultados es muchas de las veces cuestionable por la falta de filtro con la que los examinadores realizan la búsqueda y los resultados pueden llegar a demorar 3 días hábiles o más., Aunque estas búsquedas de antecedentes realizada por un particular, como el dueño de una PYME, no sean tan completas y exhaustivas como la de un asesor legal especializado en PI, su accesibilidad genera una percepción positiva sobre la posibilidad real de participar y ser parte del sistema. Sobre todo contar con herramientas al alcance de todos.

Es precisamente en esta dirección donde deben enfocarse los esfuerzos: en la construcción de un ecosistema de innovación sólido, mecanismos de protección con procesos eficientes y accesibles, que fomente la inversión extranjera y estimule el crecimiento del sector productivo. Un entorno en el que las herramientas tecnológicas simplifiquen los trámites de PI no solo incentivará a más emprendedores y empresas registrar sus activos intangibles, sino que también fortalecerá la rentabilidad y la competitividad a nivel local e internacional.

4.-Apoyo gubernamental y acceso a financiamiento.

Una de las barreras de entrada que tienen las PYMES en sus inicios es la falta de recursos económicos necesarios para implementar estrategias de protección de sus activos de PI. Frecuentemente, destinan su capital económico en I+D, estrategias de marketing y publicidad, dejando de lado los mecanismos formales de PI debido a los costos

elevados por ejemplo en materia de patentes y extensos tiempos de tramitación generando como consecuencia que recurran a otras estrategias de protección con más riesgos y menos efectivas que no siempre son fáciles de lograr (Noetinger, 2020).

Por esta razón, las PYMES, en función de la realidad actual y al ser uno de los principales motores del dinamismo y crecimiento económico de un país, necesitan acceso a financiamiento y apoyo gubernamental que les brinde ventajas para facilitar su crecimiento y garantizar su protección legal. Países como Ecuador han adoptado medidas que ofrecen descuentos desde un 50% hasta un 90% en las tasas de registro de marcas, depósito de derechos de autor y solicitudes de denominaciones de origen, siempre y cuando se acredite la calidad MIPYMES (micro, pequeñas o medianas empresas), investigadores independientes, instituciones de educación superior, entidades del sector público, pequeños y medianos agricultores, organizaciones empresariales campesinas de producción agropecuaria, empresas de economía popular y solidaria y artesanos (SENADI, 2025).

Sin duda, esta medida representa uno de los mayores aciertos por parte de la oficina local de PI (SENADI), a manera de ejemplo la tarifa estándar para el registro de una marca asciende a USD 208 y con el descuento puede reducirse a la mitad, lo que incentiva la formalización legal de los activos intangibles de manera accesible, eficiente y estratégica, fortaleciendo así el ecosistema de innovación y emprendimiento en el país. Sin embargo, esta estrategia no debe implementarse de manera aislada, sino que siempre en colaboración con entidades públicas y privadas que difundan esta información constantemente.

Por otro lado, muchas PYMES enfrentan dificultades a la hora de acceder al financiamiento tradicional, pues el primer impulso es acudir a entidades financieras como bancos, cooperativas, mutualistas. Las entidades bancarias suelen exigir garantías tangibles como bienes inmuebles, muebles o de ese tipo de naturaleza, descartando activos intangibles como marcas, patentes o modelos de utilidad, y al estar empezando, las PYMES no siempre cuentan con ese tipo de activos. Esta práctica limita el desarrollo de nuevos proyectos y obstaculizan el crecimiento.

Esto dificulta que las PYMES tengan problemas para despegar sus proyectos y genera retraso en los mismos, por lo que una estrategia que permita contrarrestar esta problemática puede radicar en la implementación de programas de financiamiento colaborativos entre instituciones públicas y privadas para que acepten activos intangibles

como garantía fomentando de esta manera la inversión e innovación para que las PYMES tengan incentivos suficientes como para que las PYMES puedan implementar la protección de su PI desde el primer momento. El apoyo, financiación e iniciativas gubernamentales son puntos clave a la hora de potenciar la competitividad y rentabilidad de las PYMES.

CONCLUSIONES

Los datos estadísticos y estrategias analizadas nos permiten afirmar que la PI constituye un impulsor clave de rentabilidad y competitividad para las PYMES. Las ventajas que ofrece su protección colocan a las empresas en una situación favorable frente a sus competidores en el mercado, aumentando su crecimiento y proyección a futuro. No obstante, dichos datos nos arrojan una realidad en la que podemos identificar una problemática clara sobre la informalidad y falta de iniciativa con la que operan las PYMES en materia de PI debido a factores internos y externos que han sido claramente identificados.

La solución a esta problemática requiere un esfuerzo conjunto. Trabajo interno por parte de las PYMES y externo por parte de los órganos gubernamentales a través de políticas públicas, campañas de información, acceso a financiación y capacitación temprana y constante para generar una concienciación de la importancia que tiene la PI en el mercado actual frente a competidores que se encuentran en constante innovación y adaptación a nuevas tecnologías como la IA.

Los riesgos que corren las PYMES al ignorar el valor agregado de los activos intangibles a su empresa son múltiples: pérdida de exclusividad de sus derechos, arriesgar los procesos de innovación e inversión por parte de terceros, copia por parte de sus competidores e incluso las propias PYMES pueden llegar a infringir derechos de PI de terceros por no estar correctamente informados y asesorados según Accountancy Europe (2022).

Las empresas deben adecuar su visión, dejar de un lado la improvisación e informalidad en la gestión correcta de activos intangibles. La identificación y registro de la PI no debe concebirse como un lujo ni un trámite burocrático, sino como una inversión estratégica que define el futuro de cualquier empresa que aspire a ser competitiva en el siglo XXI. Esto solo se logra a través de un trabajo conjunto y colaborativo entre todos los actores involucrados de toda la cadena de valor que componen la PI como motor e impulsor de la competitividad y rentabilidad.

En este proceso, los especialistas en PI desempeñan un

rol fundamental en el ecosistema de las PYMES, ya que la presencia de los mismos dentro de esta cadena se vuelve cada vez más necesaria para acompañar y asesorar de manera correcta desde el inicio de un negocio. Al estar presentes en los momentos oportunos y adecuados, realizan tareas de suma importancia que tienen impacto directo e indirecto.

La primera, es que al ser quienes crean y desarrollan la conciencia del empresario en que protegiendo sus activos intelectuales pueden generar valor, están de manera directa beneficiando a la PYME a la que asesoran. Esto los coloca en una posición en la que se genera una mayor certeza jurídica y libertad en el desenvolvimiento de la actividad comercial de la PYME al prevenir y evitar riesgos futuros que puedan entorpecer, o retrasar las metas de crecimiento económico que tengan las mismas al no tener registrada una marca, desconocer que activos pueden ser protegidos o incurrir involuntariamente en infracciones de derechos

de autor.

La segunda, es que gracias a esto los efectos de su intervención van mas allá de la empresa asesorada. Una gestión correcta de la cartera de PI de una empresa genera una ventaja competitiva que otras PYMES observan y buscan replicar, fomentando una reacción en cadena dentro del ecosistema empresarial. Así, la PI se convierte en un pilar esencial para salir al mercado de manera sólida y diferencial.

En suma, este análisis no solo busca exponer con datos reales la situación que atraviesan las PYMES, sino también plantea una invitación concreta a que estas inviertan sus recursos en áreas legales que suelen quedar relegadas, como la propiedad intelectual.

Lejos de ser un complemento secundario, la PI es un componente esencial en la estrategia empresarial contemporánea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Cantú Delgado, H. (2011).** Desarrollo de una Cultura de Calidad. Ciudad de México: McGraw Hill.
2. **Corona Vega. (21 de Noviembre de 2020).** Corona Vega. Obtenido de <https://coronavega.mx/patentes-favorecen-a-extranjeros-imp/>
3. **Diario Oficial de la Federación. (30 de Junio de 2019).** DOF. Obtenido de https://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/A539.pdf
4. **IMPI & IP Key. (2019).** La Contribución Económica de la Propiedad Intelectual en México. IP Key Latinoamerica.
5. **INEGI. (26 de Agosto de 2021).** INEGI. Obtenido de <https://konfio.mx/tips/negocios/pymes-sector-que-sacara-a-mexico-adelante/> Jacoby, D. (2019). Guide to Supply Chain Management. Nueva York: The Economist.
6. **Juran, J. (2003).** Architect of Quality. McGraw Hill.
7. Milenio Diario. (24 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.milenio.com/negocios/sin-registro-de-marca-80-de-empresas-en-el-estado>
8. **OMC. (2019).** Informe sobre el Comercio Mundial. Ginebra: OMC.
9. **OMC. (14 de Noviembre de 2020).** Expansión. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/grupos/g20>
10. **OMPI. (18 de Enero de 2022).** OMPI. Obtenido de https://www.wipo.int/ipadvantage/es/details.jsp?id=11427&utm_source=Boletines+de+noticias+de+la+OMPI&utm_campaign=eafdo298ff-DIS_MADRIDNEWS_ES_180122&utm_medium=email&utm_term=0_45d95c3573-eafdo298ff-256901829
11. **OMPI. (7 de Febrero de 2022).** OMPI. Obtenido de <https://www.wipo.int/ipadvantage/es/details.jsp?id=2683>
12. Post, R. (2017). Global Brand Integrity Management. McGraw Hill.
13. **Secretaría de Economía. (2020).** Tendencias de las PYMES en México.
14. **Standard & Poor's 500. (2019).** 2019 Intangible Assets Financial Statement Impact Comparison. Global Edition.
15. **OMPI, 2017a. El futuro de la PI: oportunidades y desafíos.** OMPI/Revista. (5): 2-7. Disponible en: https://www.wipo.int/export/sites/www/wipo_magazine/es/pdf/2017/wipo_pub_121_2017_05.pdf.
16. **M. Noetinger. 2020.** Patentes y PI, una herramienta eficaz para la innovación y estrategia comercial de las PYME. Disponible en <https://noetingeryarmando.com/patentes-y-propiedad-intelectual-una-herramienta-eficaz-para-la-innovacion-y-estrategia-comercial-de-las-pyme/#:~:text=A%20pesar%20de%20todo%2C%20muchas%20Pymes%20descartan,que%20no%20siempre%20es%20f%C3%A1cil%20de%20lograr>.
17. **Servicios Nacional de derechos Intelectuales (SENADI). Ecuador. (2025)** <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/el-senadi-crea-formularios-para-descuentos-en-tasas-de-servicios/>