



Oficina Española de Patentes y Marcas (OÉPM): Plan de Promoción de la Propiedad Industrial en España



1. Datos e identificación del proyecto

En un continente y país sumidos en plena crisis económica, sin posibilidad de competir en salarios, inmersos en una economía globalizada en la que mil millones de personas viven con menos de un euro al día, con limitaciones de capital, con un Estado de Bienestar consolidado e irrenunciable y con limitaciones en la política monetaria, la innovación se constituye en el elemento clave de la competitividad.

La competitividad de un país se puede obtener de diferentes maneras. A través de mejoras y productividad institucional, de reformas en la infraestructura o en el mercado laboral, de reducción de la inestabilidad macroeconómica o de mejoras del capital humano. Pero es difícil que todos esos factores tengan un rendimiento sostenido. Lo mismo ocurre respecto a la eficiencia de los recursos humanos o los mercados financieros y de mercancías. A largo plazo, la calidad de vida encuentra su elemento de mayor solidez en la innovación.

El conocimiento es, pues, en una economía avanzada la principal clave de crecimiento de la competitividad, tanto empresarial como nacional. Y no se puede hablar de conocimiento como factor de competitividad sin tratar de su protección y seguridad para rentabilizarlo. No habrá inversión sin garantía de retornos.

Por eso, el posicionamiento de nuestras empresas y de nuestro país en la economía global pasa, entre otros aspectos, por utilizar un sistema de Propiedad Industrial (PI) eficiente y seguro, que otorgue a sus titulares derechos que permitan rentabilizar su inversión en conocimiento fijando al titular de una marca, diseño o patente una posición ventajosa frente a sus competidores.

Para tener un medicamento en el mercado se necesita una inversión de 800 millones de dólares pero sólo un 3 por ciento recuperaran la inversión. Y los esfuerzos económicos y



profesionales de miles de empresas y hombres y mujeres únicamente tienen sentido bajo la premisa de una garantía de recuperación de la inversión en caso de éxito.

En este contexto, el Estado, a través de la propiedad industrial, concierta un contrato social básico a tres partes: el empresarial, el de los consumidores y el del propio sistema económico de mercado. El Estado concede un derecho exclusivo para la explotación temporal de una innovación o signo a cambio de que se den a conocer a la sociedad y sirvan de base para la generación de nuevos desarrollos. Y, en paralelo, el consumidor deduce de los productos significados con un título de marca, diseño o patente unas características especiales.

Desde estas premisas el “Plan de Promoción de la Propiedad Industrial en España 2010-2012”, impulsado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y acometido por la Oficina Española de Patentes y Marcas, ha pretendido ser el marco de referencia de las líneas estratégicas, objetivos y actuaciones a desarrollar por todos los agentes públicos y privados involucrados en el Sistema de Propiedad Industrial (PI).

El diseño del Plan reviste dos elementos de trascendencia que muestran la intención de que sea un proyecto de utilidad huyendo de cualquier ejercicio semántico: su elaboración participada y el compromiso articulado sobre indicadores y medición periódica.

Se ha tratado de evitar un diseño desde la teoría y se ha realizado con la participación de todos los actores del sistema: empresas, universidades, organismos públicos de investigación y profesionales del sector de la PI. Pretendiendo de esta manera aunar esfuerzos y coordinar actuaciones de organizaciones interrelacionadas que operan en diferentes ámbitos: industria, comercio, educación, ámbito exterior, investigación y justicia.

Explicita así unas premisas políticas claras acerca de cómo incorporar definitivamente la PI en la economía española y consolidar la transición al siglo XXI del sistema español de PI, buscando la excelencia en la gestión, flexibilidad y competitividad y apoyando al sistema productivo español en el acceso a la Propiedad Industrial, especialmente a la PYME, reduciendo costes y plazos, desburocratizando la gestión y coadyuvando a la internacionalización de las empresas.

Pero lo que es más relevante, el Plan incluye compromisos de resultados dibujados como Objetivos Plan 2012 entre los que se encuentran:

- Situar a España entre los 10 primeros países de la UE con más patentes y modelos de utilidad nacionales por Gasto en I+D+i en Europa.
- Participación de más de 100.000 empresas en algunas de las acciones del Plan.
- Situar a España entre los 10 primeros países de la UE en patentes europeas y entre los 15 primeros países del mundo en solicitudes de patente PCT.
- Incrementar la media de solicitudes anuales de marcas en España de 1.100 a 1.225 y el promedio de solicitudes anuales de patentes de 84 a 90 por millón de habitantes.



- Disminuir los plazos de concesión en un 15% en patentes, un 80% en marcas (directas) y un 80% en diseños (directos) para situarlas en menos de 12 meses, 5 meses y 72 horas, respectivamente.
- Reducir las tasas de todas las modalidades de PI en un 18% y un 15% por utilización de medios telemáticos.
- Disponer de más de 15.000 usuarios suscritos a la red OEPM 2.0.

Al finalizar cada uno de los años de vigencia del Plan, se prevé informar a la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos de los avances producidos mediante la evaluación de los indicadores incluidos en el cuadro de mando, lo que permitirá introducir modificaciones o incrementar aquellas actuaciones que hayan demostrado mayor eficacia.

La concurrencia de un compromiso por medio de indicadores y tiempos introduce un elemento de valentía política pero también de credibilidad adicional: el proyecto no se queda en una mera declaración de intenciones o en un programa sino que supone un compromiso real vinculante.

2. El modelo organizativo

La OEPM y su Plan de Promoción de la Propiedad Industrial en España se incardinan dentro del Sector *Administración y Competitividad* en la denominada "*Administración Social*", integrada por organizaciones públicas que realizan funciones o actividades dirigidas a colectivos sociales concretos, en este caso empresas, investigadores y consumidores.

La OEPM tiene una doble Misión:

- Conceder los diversos títulos de propiedad industrial, tras el examen de las solicitudes correspondientes. Signos distintivos, patentes de invención, diseños...
- Ofrecer servicios de información tecnológica basados en la información de las distintas modalidades de propiedad industrial concedidas por la OEPM y por otras Oficinas extranjeras.

Los Objetivos fundamentales de la OEPM son:

- Proteger y fomentar la actividad de creación e innovación tecnológica en nuestro país, así como la identidad corporativa empresarial mediante la concesión de títulos de propiedad industrial.
- Transmitir información que oriente la actividad investigadora a través del mantenimiento de fondos documentales y bases de datos que permiten un acceso rápido y sencillo al estado actual de la técnica mundial en cualquier sector.
- Impulsar la circulación y el intercambio de bienes y servicios a través de la difusión de la información de los signos distintivos registrados.

Junto a ello, la Oficina Española de Patentes y Marcas, desde su creación, ha desarrollado una intensa labor de cooperación internacional: principalmente MISIONES de expertos a



Oficinas de Propiedad Industrial, VISITAS de funcionarios y autoridades a la OEPM, CURSOS y seminarios impartidos en la OEPM a examinadores de marcas y de patentes de otras Oficinas de Propiedad Industrial en el ámbito de la cooperación internacional, y desarrollo del PROGRAMA CIBIT que son estancias de formación de examinadores de patentes iberoamericanas en la OEPM por un periodo que oscila entre 6 meses y 2 años.

La OEPM viene desarrollando conjuntamente con la Fundación CEDDET (Centro de Educación a Distancia para el Desarrollo Económico y Tecnológico) un proyecto de educación virtual denominado RED DE EXPERTOS IBEROAMERICANOS EN PROPIEDAD INDUSTRIAL, en el que se crea un espacio *on line* transoceánico para la promoción del intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas entre los profesionales participantes. En el mismo, junto con personal de la OEPM, participan funcionarios de las oficinas nacionales de propiedad industrial de los países de América Latina gracias a los métodos y herramientas que posibilitan las nuevas tecnologías de la información. La publicación semestral de una revista digital es una actividad que permite aplicar los conocimientos generados por la red y es el principal medio de difusión de las actividades y experiencias compartidas.

3. El papel de la innovación

La innovación y el desarrollo tienen como objetivo principal encontrar soluciones. Cuando se aplica a la vida cotidiana supone encontrar mejoras en el ámbito del consumo. Frente al agotamiento de las ventajas competitivas basadas en el factor trabajo y el factor capital, resalta la cada vez mayor importancia que adquiere el factor tecnológico al presentar nuevos productos o servicios. La innovación, eso sí, presenta el problema sustancial derivado de su propia naturaleza, basada en la acumulación de conocimientos, de que, a diferencia del trabajo y del capital, son activos de carácter inmaterial, de difícil apropiabilidad.

El tejido empresarial utiliza diferentes herramientas para proteger estos activos: el “lead-time”, secreto industrial, propiedad industrial o derechos de autor, son los más frecuentes, siendo habitual su utilización de forma combinada en función de la estrategia de negocio. La protección a través de las diferentes modalidades de propiedad industrial ocupa una posición muy destacada.

¿Cuál es, por tanto, el papel de la innovación en el caso PI? La esencia de la Propiedad Industrial precisamente es calibrar la innovación en España, que encontrará su unidad de medida principal en el uso que se haga de cada uno de los títulos de propiedad industrial.

4. La cultura corporativa

La OEPM tiene una doble vertiente —ya expuesta— que se concreta, a su vez, en un doble planteamiento cultural: divulgativo y registral.



a) Vertiente divulgativa:

La OEPM es una ingente base de datos de información tecnológica y comercial que abarca toda la actividad registral de España y del extranjero.

Es por ello por lo que Internet se ha configurado como una gran oportunidad divulgativa. Así, en la actualidad ofrece a los usuarios la posibilidad de acceder gratuitamente, a través de Internet (www.oepm.es), a la situación de 5.696.243 expedientes administrativos en trámite (**Situación de Expedientes**).

INVENES es una Base de Datos bibliográfica elaborada por la OEPM constituida por cuatro bases de datos:

- DISEÑOS, contiene datos bibliográficos de modelos, dibujos y diseños industriales desde 1966, incluye imágenes publicadas en el BOPI desde 1998. El número de referencias es de 154.691.
- INTERPAT, Contiene datos bibliográficos de Privilegios Reales desde 1826 hasta 1878, documentos de Patentes y Modelos de Utilidad tramitados por el Estatuto de la Propiedad Industrial desde 1929 y por la nueva Ley de Patentes de 20 de marzo de 1986, así como las Patentes Europeas y Patentes solicitadas vía PCT que designan a España y generan un documento en español. Incluye las imágenes publicadas en el BOPI desde 1988, así como los documentos completos. El número de referencias es de 1.029.251.
- LATIPAT, Contiene Patentes y Modelos de dieciocho países iberoamericanos desde 1955, así como sus imágenes desde 1991 y documentos completos mejicanos. El número de referencias es de 489.755.
- CLAIND, Clasificación de LOCARNO con la lista de palabras clave. El número de referencias es de 246.

En **esp@cenet**, la OEPM pone a disposición del público la mayor fuente de información de patentes a nivel internacional: más de 60 millones de documentos de cualquier país del mundo.

En esta línea, aunque en paralelo, la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) impulsa y apoya el desarrollo tecnológico y económico ofreciendo servicios con valor añadido basados en la información de las distintas modalidades de Propiedad Industrial concedidas por la OEPM y por otras Oficinas de Propiedad Industrial extranjeras.

La apreciación general de los servicios de valor añadido que ofrece la OEPM es, en general, muy buena, como se refleja en las diferentes encuestas y en las opiniones recogidas en diferentes foros.



b) Vertiente registral:

España ocupa el quinto lugar de la UE respecto al PIB y a su contribución al I+D europeo. Sin embargo, ocupa el undécimo puesto por solicitud de patentes europeas. El bajo nivel de solicitudes de patentes tiene una consecuencia directa sobre el comercio exterior de productos tecnológicos.

En cuanto a las marcas, una quinta parte de las marcas mundiales pertenecen a Japón y EEUU, seguidos por Francia y Alemania. España ocupa el quinto lugar en Marcas Comunitarias.

La cultura empresarial en PI, especialmente en el caso de las PYME, que consideran las patentes como algo complejo y de difícil comprensión, supone un obstáculo a superar para la mayor utilización de la PI como herramienta de competitividad.

Los datos muestran que las empresas españolas utilizan cada vez más las patentes como herramienta de competitividad en los mercados exteriores, pero el ritmo de esta evolución es aún insuficiente. El porcentaje de solicitudes de patentes europeas de origen español generadas por el sector privado es aún escaso, comparado con países de nuestro entorno.

5. Configuración organizativa

La Oficina Española de Patentes y Marcas está adscrita al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, según el Real Decreto 1182/2008 de 11 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica de dicho Departamento, concretándose esta adscripción en la Subsecretaría, que se constituye como la superioridad jerárquica directa de la OEPM.

La actual estructura de la OEPM es la siguiente:

- **El Presidente del Organismo** es la Subsecretaria de Industria, Comercio y Turismo, de acuerdo con la Disposición adicional decimotercera de la Ley 17/2001 de 7 de diciembre de Marcas.
- **Director del Organismo** con rango de Director General.

Con rango de Subdirector General o asimiladas las siguientes unidades:

- **Secretaría General.** Ejerce funciones de gestión económica, Recursos Humanos, régimen interior y atención al ciudadano.
- **Departamento de Patentes e Información Tecnológica.**
- **Departamento de Signos Distintivos.**
- **Departamento de Coordinación Jurídica y Relaciones Internacionales.** Ejerce competencia también en materia de resolución de recursos en vía administrativa frente a las resoluciones dictadas en signos, patentes y modelos y de relaciones con los tribunales.
- **División de Tecnologías de la Información** que desarrolla e implementa proyectos informáticos internos y colabora en los internacionales.



Los efectivos reales en 2010 ascendieron a 624, destacando un alto porcentaje de mujeres (70%) y de titulados superiores, en particular, ligados a la realización de tareas directamente relacionadas con la Propiedad Industrial, bien en su vertiente jurídica (27) o técnica (180). Su presupuesto de gastos ascendió aproximadamente a 53 millones de euros también en 2010.

6. Estrategia

El último Plan Estratégico de la OEPM definía como Visión de la organización la siguiente:

“Debe prestar servicios que, en términos de eficiencia y calidad, sean competitivos, complementarios y diferenciados de los ofrecidos por otras instituciones similares en el ámbito nacional e internacional”.

La OEPM es un Organismo Público, pero un organismo que compite con otros Organismos nacionales e Internacionales: primero, con sistemas paralelos que prevén el otorgamiento de Marcas y diseños con efecto, bien en toda la Comunidad europea —gestionado por la Organización de Armonización del Mercado Interior (OAMI)— o bien con carácter internacional, gestionado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI); en segundo lugar, con otras Oficinas habilitadas para gestionar los informes necesarios en el sistema del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT), o con la competitiva patente europea tramitada por la Oficina Europea de Patentes, aunque validada nacionalmente.

Por lo tanto, la OEPM se erige no sólo en un instrumento esencial para la competitividad de la economía nacional, sino en un operador en un marco perfecto en el que competirá con otras Organizaciones, debiendo en consecuencia ser capaz de ofrecer servicios atractivos para los solicitantes de patentes, que siempre podrán optar por la “competencia”.

EL PLAN PI 2010-2012 ofrece gráficamente un esquema de debilidades y fortalezas de una institución abocada a reaccionar en un entorno cambiante y competitivo.

Por su interés y visibilidad, se considera oportuno reproducirlo:

Fortalezas

- Fuerte compromiso de las instituciones públicas con la innovación. Notables inversiones públicas en I+D.
- Legislación de PI armonizada y moderna.
- Amplia utilización del sistema de marcas en el ámbito nacional, comunitario e internacional.
- Instituciones relacionadas con la gestión de PI fuertemente consolidadas y de prestigio y presencia internacional.
- Existencia de una Red Universitaria de promoción de la Transferencia de Tecnología (RedOTRI).
- El sector de profesionales de la PI se encuentra consolidado.
- Creciente especialización de los órganos judiciales, especialmente en signos distintivos.



- Creciente participación de las autoridades aduaneras y fuerzas de seguridad en la lucha contra la piratería y falsificación.
- Intensa actividad de la Comisión intersectorial Antipiratería.
- Existencia de ayudas públicas a la solicitud de derechos de PI. N 2010 -

Oportunidades

- La PI permite rentabilizar el esfuerzo realizado en inversiones en I+D.
- Las patentes y las marcas constituyen un núcleo básico, imprescindible para posibilitar los procesos de transferencia de tecnología.
- La PI debe ser contemplada como un reconocimiento a la tarea realizada por el personal investigador.
- El mayor reconocimiento del valor económico de los títulos de PI debe facilitar la aportación de recursos financieros, especialmente aquellos vinculados al capital-riesgo.
- La PI debe ser considerada a la hora de obtener un tratamiento adecuado en las licitaciones y contratos públicos.
- El envejecimiento de la población y los colectivos afectados por enfermedades raras ejercerán una mayor presión sobre la industria farmacéutica para innovar y patentar.
- El uso del idioma español en PI puede reforzar su presencia como idioma tecnológico y su reconocimiento internacional.
- Uso estratégico de la PI para mantener el liderazgo de España en tecnologías relacionadas con la lucha contra el Cambio Climático.
- La creación de plataformas empresariales multimarca para la protección de productos y servicios españoles en el exterior abrirá las puertas a nuevos mercados.
- Uso más intensivo de la OEPM dentro del sistema de Patente Internacional (PCT).

Debilidades

- La inversión en I+D en España no alcanza aún los niveles de los países más desarrollados, especialmente en el sector privado.
- Insuficiente sensibilización por la innovación en la sociedad española, especialmente, entre el tejido empresarial.
- Insuficiencia de medios, de formación y de difusión del sistema de PI en universidades. Escasa dotación de profesionales especializados en Transferencia.
- Problemas para conciliar las publicaciones científicas con las patentes.
- Insuficiente uso de la información tecnológica de las patentes. No siempre se realizan investigaciones previas sobre la existencia o no de innovaciones patentadas antes de autorizar la financiación pública de I+D.
- Elevados costes de litigiosidad y falta de confianza en el sistema. Insuficiente desarrollo de medios alternativos (como el arbitraje y mediación) para la resolución de disputas relativas a la PI.
- Plazos de concesión largos y costes de mantenimiento elevados, especialmente en el caso de patentes.
- Dificultad de las PYME para extender las patentes fuera de España. Barreras lingüísticas y geográficas para el acceso a la Oficina Europea de Patentes.



Amenazas

- Creciente dificultad en asegurar la supervivencia de las empresas si éstas no tienen una política adecuada de protección de los derechos de PI.
- Disminución de la percepción de la PI como instrumento de valor económico y social.
- Pérdida de oportunidad económica de rentabilizar la imagen de marca y la capacidad tecnológica de las empresas españolas.
- Incremento del déficit de la Balanza de Pagos Tecnológica.
- Dificultades de las oficinas de patentes y marcas de responder a tiempo y con precios adecuados a los posibles usuarios del sistema debido a la creciente carga de trabajo.
- Pérdida de peso del idioma español como idioma tecnológico.
- Distanciamiento de los países tecnológicamente más avanzados.
- Relajación social sobre el respeto a las leyes que protegen a la PI.
- Pérdida de influencia de España en la definición de normas y acuerdos internacionales sobre PI.
- Menor receptividad de los organismos internacionales de PI para incluir españoles en puestos de relevancia.

7. Conclusiones

Europa, y España en particular, se encuentran en la encrucijada. Hace poco más de cinco años se hablaba sin complejos del “sueño europeo”. La Unión Europea nadaba en un mar de optimismo. En la actualidad crece un unánime sentimiento inverso sobre su deterioro.

El cuestionamiento de la pujanza de Europa —en el que ya se comienza a llamar “siglo asiático”—, sumergida en la mayor crisis económica desde los años treinta, ha tenido una especial repercusión en España. La propia crisis económica ha hecho patente, más que nunca, la necesidad de un cambio de modelo social y de patrón de crecimiento económico apuntalado sobre la investigación y la innovación.

En palabras de la Comisión Europea: *“La única manera que tiene Europa para reemplazar el empleo perdido y para conseguir una economía próspera, verde y justa en el futuro es incrementar el sistema de innovación. En otras palabras, desarrollar nuevos productos y servicios que creen prosperidad y desarrollo económico”*. (16 de junio 2010).

Y la misma premisa debe considerarse a nivel nacional. El Informe de Competitividad Mundial 2010-2011 situó a España en la posición 42 del ranking global, posición que, aunque se encuentra por delante de economías como la portuguesa o la italiana, debe llevar a la reflexión.

España destaca en algunos parámetros, como el relativo a la disponibilidad y calidad de infraestructuras, pero resulta deficiente y es penalizada en otros ámbitos, como en lo que se refiere a las características y rigideces del mercado de trabajo; los desajustes en el mercado de bienes y servicios —desajustes entre nuestra capacidad productiva y nuestra demanda interna— y las restricciones crediticias de nuestras instituciones financieras.



Los nuevos parámetros a los que debe responder nuestra competitividad se refieren a educación, capacidad productiva, modelo energético y, sobre todo, a la generación y aplicación de conocimiento innovador y su puesta en valor en el contexto internacional.

Ya nadie duda de que sin más ciencia y más innovación y, sobre todo, sin la necesaria interacción entre ambas actividades, ninguna economía occidental —la española, desde luego, pero tampoco el resto de economías europeas— podrá conservar los actuales niveles de desarrollo económico y bienestar social y mucho menos aspirar a mejorar su posición en el concierto internacional.

Por tanto, avanzar más y más rápido en materia de investigación y desarrollo tecnológico es importante pero, sobre todo, es urgente.

Tal circunstancia ya fue anticipada en Europa con el fin de responder a los objetivos de la estrategia de Lisboa renovada, y de fomentar así el crecimiento y el empleo en Europa mediante la adopción del Programa Marco para la Innovación y la Competitividad (CIP) para el período 2007-2013. El programa Marco apoya medidas a favor de la competitividad y de la capacidad innovadora dentro de la Unión Europea, fomentando, en particular, la utilización de las tecnologías de la información, las tecnologías ecológicas y las fuentes de energía renovables.

En España, el Plan PI es un buen instrumento porque parte de un profundo análisis y conocimiento del sector, de su importancia estratégica y de su recorrido histórico.

En definitiva, resulta un buen referente porque introduce una panoplia de indicadores de seguimiento que suponen claras marcas de referencia de objetivos para un país y una institución. Un reto de excelencia que mostrará si nuestro país está a la altura o no lo está.

8. Clave de éxito del proyecto

La denominada Marca España no es, en gran parte, sino el sumatorio de los hitos que consiguen los diseñadores que diseñan, los empresarios que lanzan nuevos productos con el sello de una marca y los investigadores o firmas que innovan y buscan nuevas utilidades.

España tradicionalmente ha sido un país que copia, que se ha aprovechado de los riesgos ajenos, que ha plagiado o se ha limitado a importar productos o pagar royalties.

Este modelo en la economía de la crisis corre el riesgo de asfixia. Hay mercados que resultan más competitivos en la copia, en la falsificación. Nuestra marca debe jugar la competición de la calidad, innovación y creatividad.

El plan PI ofrece una ventaja para la medición del éxito. Se compromete. Apuesta por determinados objetivos cuantitativos cuyo cumplimiento dará la temperatura del éxito. No se queda únicamente en una construcción argumentativa sino que introduce —y así lo deno-



mina— un “*cuadro de mando*” del Plan articulado sobre indicadores claros para 2012 descritos en el apartado 1.

El pulso de ejecución del Plan ya se ha podido tomar en 2011, en su primer aniversario, con la presentación pública del balance de medición de indicadores en la que se divulgan los avances obtenidos:

- a) Las solicitudes PCT (patentes internacionales) crecieron un 13% entre 2009 y 2010 (de 1250 a 1414).
 - España se encuentra entre los 10 primeros países de la UE en generación de patentes europeas. En el año 2010 creció más de un 8% en solicitudes europeas, pasando de 1258 a 1365.
 - España fue el país que más creció en generación de patentes en el mundo con un 6,8%, sólo por detrás de China con más de un 30%.
- b) Colaboraciones y acuerdos con empresas y asociaciones: Foro de la Marca Renombrada, Consejo Empresarial para la Competitividad.
- c) Apoyo a empresas con la reducción de tasas en un 15% adicional a las solicitudes telemáticas.

Seguir apostando, en el entorno de crisis, por un escenario de política económica basada en ajustes salariales a la baja, probablemente aleja el tiempo de la recuperación. Conjugando en singular los problemas de nuestro país sin leer que en un entorno de competencia plena internacional nuestra oferta debe ser Calidad y nuevos productos y servicios, corre el riesgo de que una vez más España pierda el tren del progreso tecnológico y científico continuando encapsulada en el cañí “*que inventen ellos*”.

Si en chino la misma palabra designa crisis y oportunidad, resulta especialmente alentadora la constatación de que España —después de China— ha sido precisamente el segundo país en mayor crecimiento de patentes del mundo.

Teniendo en cuenta que el gigante asiático se aceleró en 2010 con un crecimiento económico de un 11% y el crecimiento de España el mismo año fue negativo (-0.3%), los datos ofrecidos deben resultar esperanzadores de que España definitivamente quiere olvidar al ladrillo y construir su sistema productivo alrededor del chip.

Una buena noticia que tendría su colofón en la superación de la “paradoja tecnológica” española, trasladando al mercado de productos las innovaciones e incrementando la presencia de productos innovadores en las ferreterías, tiendas de electrónica, farmacias o centros comerciales del mundo entero. Cuestión que no corresponde en exclusiva, eso sí, al modelo y Plan PI.