

Mecanismos de Protección.

Existen distintos instrumentos de protección para una invención. La selección de la forma más adecuada de protección deberá ser objeto de un examen profundo sobre las características de cada invención particular y las necesidades o requerimientos de la empresa. Algunos de los instrumentos existentes para la protección de la propiedad intelectual son los siguientes:

- **Patentes y modelos de utilidad**, que son Títulos otorgados al autor de una invención mediante el cual se le concede el derecho a su explotación en exclusiva en un determinado territorio, siendo esta protección limitada en el tiempo (20 años en el caso de la patente y 10 años en el caso del modelo de utilidad).
- **Diseños industriales**, que permiten la protección únicamente la apariencia o forma externa de la totalidad o de una parte de un producto. El título otorga protección durante 5 años, renovables en periodos de 5 años hasta un máximo de hasta 25 años.
- **Signos distintivos**, entre los que podemos distinguir los nombres comerciales y las marcas. Los nombres comerciales protegen signos o denominaciones de personas físicas o jurídicas en el ejercicio de la actividad empresarial, mientras que las marcas hacen lo propio con signos de identificación de productos o servicios. Las **Indicaciones geográficas** protegen las diferencias debidas al origen o el método de elaboración, como por ejemplo la Denominación de Origen Protegida y la Indicación Geográfica Protegida. Se consideran signos distintivos, dado que habitualmente se registran como marcas normales o como marcas de garantía.
- **Derechos de autor (copyright)**, que permiten la protección de creaciones fruto de la actividad intelectual de las personas desde el mismo momento de su creación, como por ejemplo, libros, composiciones musicales, esculturas, fotografías, traducciones, etc.

Sin tener una figura Jurídica propia, son también posibles:

- **Secreto industrial**, orientado a la protección de procedimientos prácticos industriales y comerciales conocidos por un círculo limitado de personas que permiten una ventaja competitiva frente a los que no lo poseen. Por ejemplo, el procedimiento de preparación de un vino o la composición de un perfume.
- **Acuerdos de confidencialidad**, que permiten preservar la confidencialidad o secreto de la información y/o datos a los que un tercero puede acceder.