Innovación, digitalización y protección de la idea

Test de 10 preguntas y flashcards de este tema en **farmeandopau.com** ›

Última revisión: 24 de octubre de 2026.

Escanea y haz el test del tema

LA IDEA EN 30 SEGUNDOS

La **I+D+i** va de la **investigación** (básica y aplicada) al **desarrollo** y termina en la **innovación**: un producto o proceso nuevo o mejorado que llega al mercado o se usa en la empresa. Las innovaciones se clasifican por su objeto (**producto, proceso, organización, marketing**) y por su grado (**incremental o radical**). La **digitalización** (comercio electrónico, *big data*, inteligencia artificial, ciberseguridad) es hoy la gran fuente de innovación. Para que no te copien la idea está la **propiedad industrial** (patente, 20 años; modelo de utilidad, 10; diseño, hasta 25; marca, 10 renovables sin límite), la **propiedad intelectual** y el **secreto empresarial**.

1 Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i)

Las siglas I+D+i resumen el camino del conocimiento al mercado. Las definiciones que usa el INE vienen del **Manual de Frascati** (OCDE) para la I+D y del **Manual de Oslo** (OCDE y Eurostat) para la innovación.

- Ejemplo del INE: estudiar una familia de reacciones químicas es investigación básica; optimizar una para obtener un plástico con ciertas propiedades, aplicada; producirlo a mayor escala y ver qué objetos se pueden fabricar, desarrollo experimental.
- Una **invención** no es todavía una innovación: lo es cuando **se aplica** (Manual de Oslo). Un prototipo guardado en un cajón es una invención; si se vende o se usa, innovación.
- **Por qué innovar**: ventaja competitiva, más productividad y menos costes, nuevos mercados, mejor imagen y crecimiento económico (Extremadura pidió cuatro ventajas de la innovación para la empresa y su entorno).

Investigación básica

Trabajos experimentales o teóricos para obtener **nuevos conocimientos** sobre los fundamentos de los fenómenos, **sin pensar en una aplicación** concreta. Sobre todo en universidades y centros públicos.

Investigación aplicada

También busca conocimientos nuevos, pero dirigidos a un **objetivo práctico** concreto.

Desarrollo experimental

Trabajos sistemáticos que **aprovechan** lo que se sabe para **fabricar productos o procesos nuevos** o mejorar los que ya existen: prototipos, plantas piloto, pruebas.

Innovación

Producto o proceso **nuevo o mejorado** que se diferencia claramente de los anteriores y que **se ha lanzado al mercado** (producto) o **se usa ya** en la empresa (proceso).

El dato de España

En 2024 el gasto en I+D interna fue de **23 931 millones de euros**, el **1,50 % del PIB**, y las empresas hicieron el **55,8 %** (INE, datos definitivos de 20 de noviembre de 2025). La media de la Unión Europea fue del **2,2 %** del PIB (Eurostat): España invierte en I+D menos que la media europea.

2 Tipos de innovación

Los exámenes piden clasificar las innovaciones de un caso con dos criterios a la vez: **según el área de mejora** (qué se cambia) y **según su grado** (cuánto). Andalucía lo pregunta casi todos los años (en 2025, extraordinaria, solo 0,15 por tipo si no lo justificas); Canarias, Murcia, Castilla-La Mancha y Galicia también.

- La **innovación disruptiva** (Christensen) empieza con un producto más sencillo o barato para clientes que el mercado no atendía y acaba desplazando a los líderes. Los manuales y algunos exámenes la asimilan a la radical («radical o disruptiva», Aragón 2026), pero Christensen la define por su efecto en el mercado, no por la novedad técnica: a menudo usa tecnología sencilla.
- Una misma novedad encaja en dos casillas: el móvil de Maximiliana es innovación **de producto** (0,2 + 0,3 por justificarlo) y **radical** (0,5), porque no mejora poco a poco un teléfono existente sino que cambia el concepto de uso para un público poco explorado (solución oficial de Aragón 2026, extraordinaria, apartado e).

Criterio	Tipo	Qué cambia	Ejemplo
Área de mejora	**De producto**	Un bien o servicio nuevo o claramente mejorado	Aceite de oliva en *spray* (La Oliva, Andalucía 2025)
Área de mejora	**De proceso**	La forma de producir o de hacer llegar el producto	Fábricas automatizadas que reducen tiempos y costes (Tesla, Canarias 2026)
Área de mejora	**De organización**	La forma de organizar el trabajo, la empresa o sus relaciones externas	Trabajo por objetivos en vez de presencial (Bitbrain, Aragón 2026)
Área de mejora	**De marketing o comercial**	Diseño o envase, distribución, promoción o precio	Una aplicación móvil con recetas y puntos de venta (La Oliva, Andalucía 2025)
Grado	**Incremental**	Mejoras pequeñas y continuas de algo que ya existe	Cada nueva versión del iPhone
Grado	**Radical**	Algo realmente nuevo que cambia el mercado o el modo de usar un producto	El móvil sin teclas ni menús para personas mayores (Maximiliana, Aragón 2026)

Otros criterios que acepta Castilla-La Mancha: **tecnológica o no tecnológica**, **abierta** (con socios externos) o **cerrada** (solo dentro de la empresa), **social** y **ambiental** o eco-innovación.

Cuatro tipos o dos tipos

Los exámenes usan los **cuatro tipos** de la 3.ª edición del Manual de Oslo (2005): producto, proceso, organización y marketing. La 4.ª edición (2018) los reduce a **dos**: **de producto** y **en los procesos de negocio** (que agrupa producción, distribución y logística, marketing y ventas, sistemas de información, administración y gestión, y desarrollo de productos y procesos). Responde con los cuatro: es lo que piden los criterios.

3 Teorías de la innovación

Castilla-La Mancha (modelos 2026 y 2027: 1,5 puntos), Galicia y la Comunitat Valenciana preguntan qué han dicho los grandes autores. Basta con la idea clave de cada uno, aplicada al caso.

Schumpeter: la destrucción creadora

El **empresario innovador** es el motor de la economía (*Teoría del desenvolvimiento económico*, 1911). Innovar es introducir un **bien nuevo**, un **método de producción nuevo**, abrir un **mercado nuevo**, conseguir una **fuente nueva de materias primas** o **reorganizar un sector**. Lo nuevo destruye lo viejo: la **destrucción creadora** (*Capitalismo, socialismo y democracia*, 1942).

Drucker: la innovación sistemática

La innovación es una **disciplina** que se aprende, no inspiración. Señala **siete fuentes** de oportunidades: lo inesperado, las incongruencias, las necesidades de un proceso, los cambios en el sector o el mercado, la demografía, los cambios de percepción y los conocimientos nuevos (*La innovación y el empresario innovador*, 1985).

Rogers: la difusión de la innovación

Explica cómo se extiende una innovación entre quienes la adoptan: **innovadores** (2,5 %), **primeros adoptantes** (13,5 %), **mayoría temprana** (34 %), **mayoría tardía** (34 %) y **rezagados** (16 %) (*Diffusion of Innovations*, 1962).

Christensen: la innovación disruptiva

Distingue la innovación **sostenida** (mejora lo que ya valoran los clientes de siempre) de la **disruptiva** (empieza sencilla y barata en un segmento olvidado y acaba desbancando a los líderes) (*The Innovator's Dilemma*, 1997).

Porter: innovación y ventaja competitiva

Las empresas y los países compiten gracias a su capacidad de **innovar y mejorar**; la innovación es la fuente de una **ventaja competitiva duradera** (*La ventaja competitiva de las naciones*, 1990).

4 Estrategias de innovación

Según cuánto invierte en I+D y cuándo lanza sus novedades, una empresa sigue una de estas estrategias (Christopher Freeman, *The Economics of Industrial Innovation*, 1974). Salen en Aragón, Galicia, la Comunitat Valenciana y Navarra, y figuran en los programas de Andalucía y Murcia.

- La **empresa ambidextra** (O'Reilly y Tushman, 2004) **explota** lo que ya sabe hacer (mejoras incrementales) y a la vez **explora** negocios nuevos (innovación radical). Lo pregunta Cataluña en el test.
- Para responder: nombra la estrategia y **cita el dato del texto** que la demuestra (inversión en I+D, ser el primero, copiar, esperar). En Aragón 2026: 0,5 por identificar «líder tecnológico» y 0,5 por justificarlo.

Ofensiva o de líder tecnológico

Mucha I+D propia para **llegar la primera** al mercado y dominarlo. Bitbrain, «referente mundial» en neurotecnología gracias a su intensa I+D+i (solución oficial de Aragón 2026).

Defensiva o de seguidor

No quiere ser la primera: **espera** a ver qué funciona y lanza productos inspirados en los del líder **con pequeñas mejoras** (solución oficial de Aragón 2025). También invierte en I+D.

Imitativa

Copia lo que ya existe sin mejorarlo, cuando las patentes caducan o con licencias, y compite con costes más bajos (marcas blancas).

Dependiente

Innova solo **cuando se lo pide** otra empresa (un cliente principal o la matriz): proveedores y subcontratistas.

Tradicional

Apenas innova: su producto cambia poco porque el mercado no lo exige (artesanía).

Oportunista o de nicho

Detecta una **necesidad que nadie atiende** y la cubre sin grandes inversiones en I+D.

5 La transformación digital de la empresa

La **digitalización** es aplicar las tecnologías digitales a toda la empresa (producir, vender, organizarse, decidir) y cambiar con ellas su modelo de negocio. Castilla y León pide el concepto; Galicia 2026, qué es la inteligencia artificial y cómo se aplica en un caso.

Comercio electrónico

Comprar y vender por internet: tienda propia, plataformas (*marketplaces*), redes sociales. Mercado sin fronteras y abierto 24 horas, con más competencia.

Big data y análisis de datos

Analizar enormes cantidades de datos (compras, navegación, sensores) para conocer al cliente, prever la demanda y decidir mejor.

Inteligencia artificial

Sistemas que aprenden de los datos y hacen tareas propias de la inteligencia humana: recomendar productos, atender clientes, detectar fraudes, predecir averías. En la UE la regula el Reglamento (UE) 2024/1689.

Nube, internet de las cosas y automatización

Programas y datos en servidores externos, objetos conectados que envían datos y robots para tareas repetitivas: más productividad y menos costes.

Ciberseguridad

Proteger sistemas y datos frente a ataques, robos y secuestros de información; además hay que cumplir la normativa de protección de datos.

Ventajas

- Más **productividad** y menos costes.
- Llegar a **más clientes** y mercados.
- Decisiones basadas en **datos**.
- Productos y servicios **personalizados**.

Riesgos y retos

- **Ciberataques** y fugas de datos.
- Inversión inicial y personal cualificado.
- **Brecha digital** entre empresas y personas.
- Dependencia de grandes plataformas tecnológicas.

6 Proteger la idea: la propiedad industrial

La **propiedad industrial** da a su titular un **derecho exclusivo** a explotar una creación e impedir que otros la fabriquen, vendan o usen sin permiso. Es **territorial** (solo vale donde se registra) y en España la concede la **Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)**. Duraciones y requisitos de las leyes vigentes:

- La patente da derecho a **impedir** que un tercero fabrique, ofrezca, comercialice, use o importe la invención sin consentimiento (art. 59). A cambio, la invención se **publica** y, al caducar, cualquiera puede usarla.
- No se patentan los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos, las obras artísticas, los **métodos para juegos o para hacer negocios**, los **programas de ordenador** como tales (una *app* se protege con propiedad intelectual) ni las formas de presentar información (art. 4.4).

- Hay que **explotar** la patente (en los cuatro años siguientes a la solicitud o en los tres siguientes a la publicación de su concesión, el plazo que acabe más tarde: art. 90) y **pagar las anualidades**; si no, caduca.
- La marca se adquiere **por el registro** (art. 2) y hay que **usarla**: si en cinco años no se usa de forma efectiva, el titular pierde protección y puede perderla (art. 39).
- Quien solicita una patente o un modelo de utilidad en España tiene **12 meses de prioridad** para pedirlos en otros países con la misma fecha.

Modalidad	Qué protege	Requisitos	Duración
Patente (Ley 24/2015)	Invenciones técnicas: productos, aparatos o procedimientos	**Novedad** mundial, **actividad inventiva** (no evidente para un experto) y **aplicación industrial**; la OEPM hace búsqueda y examen	**20 años** improrrogables desde la solicitud
Modelo de utilidad (Ley 24/2015)	Invenciones que dan a un objeto una **configuración, estructura o composición** con una **ventaja práctica** para usarlo o fabricarlo	Novedad y actividad inventiva menor (que no sea **«muy evidente»**). Sin examen de novedad: solo oposiciones de terceros. No vale para procedimientos, materia biológica ni sustancias o composiciones farmacéuticas	**10 años** improrrogables desde la solicitud
Diseño industrial (Ley 20/2003)	La **apariencia** de un producto o de una parte: líneas, contornos, colores, forma, textura, materiales, ornamentación	**Novedad** y **carácter singular** (que produzca en el usuario informado una impresión general distinta)	**5 años**, renovables por periodos de 5 hasta un máximo de **25**
Marca (Ley 17/2001)	Signos que **distinguen** los productos o servicios de una empresa: palabras, nombres, dibujos, cifras, colores, forma del producto o del envase, sonidos	Que sirva para distinguir y pueda representarse en el Registro de forma clara y precisa	**10 años** desde la solicitud, renovables por periodos de 10 **sin límite**
Nombre comercial (Ley 17/2001)	El signo que identifica a la **empresa** en el tráfico mercantil, no a sus productos	Las mismas normas que la marca	Igual que la marca

Fuentes: Ley 24/2015 de Patentes (arts. 4, 8, 58, 137, 140 y 148), Ley 20/2003 de Protección Jurídica del Diseño Industrial (arts. 1, 5–7 y 43) y Ley 17/2001 de Marcas (arts. 4, 31 y 87), en su versión consolidada del BOE. La Ley 20/2003 sigue vigente: la Directiva (UE) 2024/2823, que obliga a reformarla, puede trasponerse hasta el 9 de diciembre de 2027.

7 Propiedad intelectual y secreto empresarial

No todo se protege en la OEPM. Las creaciones artísticas y el *software* son **propiedad intelectual**, y hay información valiosa que la empresa prefiere **no publicar**.

- La **propiedad intelectual** protege las **creaciones originales literarias, artísticas o científicas**: libros, música, películas, fotografías, planos y también los **programas de ordenador** (Real Decreto Legislativo 1/1996, arts. 10 y 96).
- Nace **por el solo hecho de la creación** (art. 1): no hace falta registrar. La inscripción en el **Registro de la Propiedad Intelectual** es voluntaria y sirve de prueba.
- Los derechos de explotación duran **toda la vida del autor y 70 años después** de su muerte (art. 26).

Patente

Se hace pública

- Exclusiva **legal** frente a todos, incluso frente a quien llegue a lo mismo por su cuenta.
- Dura **20 años**; luego la invención queda libre.
- Obliga a **publicar** cómo funciona.
- Cuesta dinero (tasas, anualidades).

Secreto empresarial

Se mantiene oculto (Ley 1/2019)

- Cualquier información **secreta**, con **valor empresarial por ser secreta** y protegida con **medidas razonables** (contratos de confidencialidad, accesos restringidos).
- **No caduca** mientras siga siendo secreto y no requiere registro.
- No impide que otro lo **descubra por su cuenta** ni que lo averigüe estudiando o desmontando un producto que compra legalmente (art. 2).
- Útil para recetas, procesos internos, listas de clientes.

Lo que pregunta cada comunidad

Aragón 2025: diferencia entre propiedad **intelectual** (obras artísticas, literarias, científicas, musicales) e **industrial** (marcas, nombres comerciales, diseños, patentes). Navarra 2026: dos creaciones de cada tipo y una herramienta de protección. Asturias incluye en su programa **patente frente a secreto industrial**; Cataluña pregunta el secreto empresarial en el test.

8 Dónde se protege: OEPM, EUIPO, OEP y OMPI

Como la protección es territorial, la empresa elige dónde registrar según los mercados en los que vende. Andalucía incluye estos cuatro organismos en su programa.

OEPM

Oficina Española de Patentes y Marcas, en Madrid: patentes, modelos de utilidad, diseños, marcas y nombres comerciales **con efecto en España**.

EUIPO

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea, con sede en **Alicante**: registra **marcas** y **dibujos y modelos** con efecto en toda la Unión Europea con una sola solicitud. No concede patentes.

OEP

Oficina Europea de Patentes, con sede en **Múnich**: concede la **patente europea** (Convenio de Múnich), que después se valida en cada país elegido.

OMPI

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Naciones Unidas, **Ginebra**): gestiona la **solicitud internacional de patente PCT** y los sistemas internacionales de registro de marcas (Madrid) y de diseños (La Haya).

9 Caso resuelto: la innovación de FreshDrink (Castilla-La Mancha 2026)

Pregunta 2 de la **PAU de Castilla-La Mancha 2026 (ordinaria)**. Criterios oficiales: 1 punto a explicar la innovación y sus tipos y 0,5 a identificarlos en el texto; en la corta, 0,25 al concepto y 0,25 al caso.

TIPOS DE INNOVACIÓN Y PATENTE

PAU Castilla-La Mancha 2026 (ordinaria), Pregunta 2 (2 puntos). La empresa FreshDrink quiere crear una nueva línea de refrescos naturales. Su responsable se plantea desarrollar combinaciones de sabores saludables y formatos de envasado sostenibles. Al tratarse de innovación original, la empresa solicitará una patente para proteger su fórmula y el sistema de envasado sostenible. Para colocarlo en el mercado crearía una campaña de marketing novedosa centrada en los beneficios saludables del producto. La dirección realiza un análisis previo del mercado en el que detecta una competencia elevada y cambios en las preferencias de los consumidores hacia productos más saludables. También identifica oportunidades en segmentos jóvenes interesados en productos sostenibles. 2.1. Responda a la siguiente pregunta a desarrollar (1,5 puntos). Explique qué es la innovación y sus distintas clasificaciones. Identifique qué tipos de innovación se plantea llevar a cabo FreshDrink. 2.2. Responda brevemente a una de las siguientes preguntas cortas (0,5 puntos). 2.2.1. Explique el concepto de patente e identifíquelo en el texto.

Respuesta modelo

2.1. La **innovación** es la introducción de un producto o un proceso **nuevo o significativamente mejorado** que la empresa **lanza al mercado** o **empieza a utilizar**. Se diferencia de la invención en que se aplica.

Se clasifica con varios criterios. **Según el área de mejora**: de **producto** (bienes o servicios nuevos o mejorados), de **proceso** (nuevas formas de producir o distribuir), de **organización** (del trabajo o de las relaciones externas) y de **marketing** (diseño o envase, promoción, distribución o precio). **Según su grado**: **incremental** (pequeñas mejoras sobre lo que existe) o **radical** (algo realmente nuevo que transforma el mercado). Además puede ser **tecnológica** o no, **abierta** o **cerrada** según colabore o no con otras organizaciones, y **social** o **ambiental** según su finalidad.

FreshDrink plantea una **innovación de producto**, la nueva línea de refrescos con «combinaciones de sabores saludables»; una **innovación ambiental**, los «formatos de envasado sostenibles» (de producto si es un envase nuevo, de proceso si es un sistema nuevo para envasar), y una **innovación de marketing**, la «campaña de marketing novedosa centrada en los beneficios saludables». Por su grado es **incremental**: mejora un producto que ya existe, el refresco, para adaptarlo al cambio de gustos; no crea un mercado nuevo.

2.2.1. La **patente** es un título de propiedad industrial que concede la OEPM y que da a su titular el **derecho exclusivo** a explotar una invención durante **20 años** desde la solicitud, impidiendo que otros la fabriquen, vendan o usen sin su permiso; a cambio, la invención se hace pública. Exige **novedad**, **actividad inventiva** y **aplicación industrial**. En el texto: «la empresa solicitará una patente para proteger su fórmula y el sistema de envasado sostenible».

Por qué puntúa. La clave en 2.1 es dar **varios criterios** de clasificación (la rúbrica cita producto, marketing, organización, incremental, radical, abierta, cerrada, social, ambiental y tecnológica) y **citar el texto** para cada tipo. Un matiz que suma: el aspecto del envase podría protegerse como **diseño industrial**, y muchas empresas de bebidas guardan la receta como **secreto empresarial**, porque la patente obliga a publicarla y caduca.

Conceptos clave

I+D+i

Investigación, desarrollo e innovación: obtener conocimiento nuevo, aplicarlo a productos o procesos y llevarlos al mercado o a la empresa.

Innovación

Producto o proceso nuevo o mejorado que se diferencia significativamente de los anteriores y que se ha lanzado al mercado o se usa ya en la empresa (Manual de Oslo).

Innovación radical

Novedad que supone un cambio profundo en un producto, un proceso o un mercado (frente a la incremental, mejora pequeña y continua de lo que existe). La disruptiva, según Christensen, es la que acaba desplazando a los líderes desde segmentos sencillos o baratos.

Estrategia de innovación ofensiva

La de la empresa que invierte mucho en I+D propia para ser la primera en lanzar novedades y liderar el mercado (líder tecnológico).

Estrategia de innovación defensiva

La de la empresa seguidora, que espera a ver qué funciona y lanza productos inspirados en los del líder con pequeñas mejoras.

Digitalización

Aplicación de las tecnologías digitales a todas las áreas de la empresa, que transforma su forma de producir, vender, organizarse y decidir.

Propiedad industrial

Derechos exclusivos sobre creaciones de uso empresarial (invenciones, diseños, signos distintivos) que se obtienen registrándolas en la OEPM u otras oficinas.

Patente

Título que da el derecho exclusivo a explotar una invención nueva, con actividad inventiva y aplicación industrial, durante 20 años improrrogables desde la solicitud.

Modelo de utilidad

Título que protege durante 10 años improrrogables invenciones que dan a un objeto una configuración, estructura o composición con una ventaja práctica; exige menos actividad inventiva que la patente.

Diseño industrial

Título que protege la apariencia de un producto si es nueva y tiene carácter singular; 5 años renovables hasta 25.

Marca

Signo que distingue en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras; se registra por 10 años renovables indefinidamente.

Propiedad intelectual

Derechos del autor sobre sus creaciones originales literarias, artísticas o científicas, incluidos los programas de ordenador; nacen con la creación y duran la vida del autor y 70 años más.

Secreto empresarial

Información secreta, con valor empresarial por serlo, que su titular protege con medidas razonables; no se registra ni caduca, pero no impide que otro la descubra de forma independiente (Ley 1/2019).

MODO PAU

Siete claves que valen puntos

I, D, i

Investigación = conocimiento nuevo; **desarrollo** = aplicarlo a productos o procesos; **innovación** = llevarlo al mercado o a la empresa.

Dos criterios

Clasifica cada innovación por su **área** (producto, proceso, organización, marketing) y por su **grado** (incremental o radical), y **cita el texto**.

Estrategia de innovación

Líder (ofensiva, mucha I+D, ser el primero) o **seguidor** (defensiva, espera y mejora). Justifícala con un dato del caso.

Plazos de memoria

Patente **20** años; modelo de utilidad **10**; diseño **5 + 5… hasta 25**; marca **10 renovables sin límite**. Propiedad intelectual: **vida + 70**.

Requisitos de la patente

Novedad, **actividad inventiva** y **aplicación industrial**. Los programas de ordenador y las reglas de juego como tales no se patentan.

Industrial o intelectual

Industrial: patentes, modelos de utilidad, diseños, marcas (OEPM). **Intelectual**: obras y *software* (nace al crear).

Organismos

OEPM (España), **EUIPO** (Alicante: marcas y diseños de la UE), **OEP** (Múnich: patente europea), **OMPI** (Ginebra: PCT).

Cómo te lo pueden preguntar

- **Castilla-La Mancha 2026 (modelo), 1.1.2:** «Explique al menos tres teorías de la innovación en las que se podría basar NeuroLink como modelo de negocio.»
- **Castilla-La Mancha 2026 (modelo), 2.2.1:** «Explique el concepto de marca, patente y diseño industrial e identifíquelo en el texto.»
- **Canarias 2026 (ordinaria), 2B:** «Tesla ha transformado la industria de la automoción con el desarrollo de vehículos eléctricos de alto rendimiento. […] a. Identifique las innovaciones introducidas por Tesla de acuerdo con el texto. Para cada innovación, indique si es de producto o de proceso. (1 punto).»
- **Comunitat Valenciana 2025 (reserva), cuestión 1:** «Una empresa de calzado deportivo ha identificado la necesidad de lanzar al mercado una nueva línea de producto. Para ello, la directora de producción propone una estrategia de innovación ofensiva (o de líder), mientras que el director de marketing se decanta por una estrategia defensiva (o de seguidor). Explique las diferencias entre ambas estrategias y ponga un ejemplo de cada una de ellas aplicado al sector del calzado deportivo.»
- **Comunitat Valenciana 2026 (extraordinaria), cuestión 4, opción A:** «¿Qué es una estrategia de innovación imitativa? Ponga un ejemplo.»
- **Galicia 2026 (extraordinaria), 3.2.1:** «Explique que es la inteligencia artificial e identifique en el texto su aplicación en este negocio. (1,5 puntos)»
- **Madrid 2026 (reserva 2), Pregunta 1 b.2):** «Explique en qué consiste la I+D+i (1 punto).»
- **Navarra 2026 (ordinaria), 3.1:** «Menciona dos tipos de creaciones objeto de protección de la propiedad industrial y dos de la propiedad intelectual (0,5). Explica con detalle una herramienta utilizada para la protección de la propiedad industrial (0,5).»
- **Aragón 2025 (ordinaria), Ejercicio 2 d):** «d.1) ¿Qué diferencia/s encuentra entre la propiedad intelectual y la propiedad industrial de una empresa? (0,75 puntos) d.2) ¿En qué consiste la estrategia de innovación de seguidor? (0,75 puntos)»

No lo confundas

- **Invención ≠ innovación**: la invención es la idea o el prototipo; la innovación, su aplicación en el mercado o en la empresa.
- **Patente ≠ diseño industrial**: la patente protege cómo funciona algo (una solución técnica); el diseño, cómo se ve. La solución oficial de Cataluña 2026 (reserva) dice que una patente «podría proteger el diseño del juego»: el aspecto de un juego se protege con un **diseño industrial**, y sus reglas, como método para juegos, **no son patentables** (art. 4.4 de la Ley 24/2015).
- **Patente ≠ marca**: la patente protege una invención; la marca, un signo distintivo. Una patente nunca protege una marca, aunque algún enunciado lo mezcle (test de Castilla y León 2026, extraordinaria, pregunta 12).
- **Propiedad industrial ≠ intelectual**: la industrial exige registro en la OEPM; la intelectual nace con la creación (el registro es voluntario).
- **Estrategia defensiva ≠ imitativa**: la seguidora mejora lo del líder; la imitativa lo copia sin aportar nada nuevo.

Ponte a prueba

PAU Aragón 2026 (ordinaria), Ejercicio 3 c) y d) (2 puntos). Bitbrain, empresa zaragozana nacida como spin-off de la Universidad de Zaragoza, tiene una posición privilegiada en el mercado como referente mundial en el desarrollo de neurotecnología avanzada, gracias a una intensa actividad de I+D+i. […] Una clara apuesta por la calidad y la vanguardia tecnológica ha obligado a la empresa al registro de patentes, activos clave para defender su ventaja competitiva en un mercado global. […] c) Bitbrain cuenta entre sus activos intangibles con varias patentes, indique cuál es el objetivo principal de estas. (1 punto) d) Justifique cuál es la estrategia de innovación principal que sigue Bitbrain de acuerdo con la información suministrada en el texto. (1 punto)

Solución: c) Las patentes sirven para **proteger las invenciones**: dan a su titular un título de propiedad industrial con el **derecho exclusivo** a explotarla e **impiden a otros fabricarla, venderla o usarla sin su consentimiento** (20 años desde la solicitud). Así Bitbrain defiende su ventaja competitiva. d) Bitbrain sigue una estrategia de **líder tecnológico** (0,5): es una empresa **ofensiva** que ve en su intensa I+D+i la garantía de su «posición privilegiada en el mercado» como «referente mundial» (0,5). Es la solución oficial.

PAU Cataluña 2026 (reserva), Ejercicio 1, apartado 1.3 (0,6 puntos). Jocs Creatius, SL es una empresa catalana que fabrica juegos de mesa. […] La empresa ha diseñado y elaborado una línea de juegos de memoria muy innovadora, llamada Brain Memory. […] Ona y Jan temen que otra empresa les pueda copiar su modelo de producto, dado el éxito de ventas que ha alcanzado. Explique qué son una patente y una marca registrada, especificando cuál es la utilidad de cada una. A continuación, argumente si ambas (patentes y marcas registradas) podrían aplicarse a la línea de juegos Brain Memory.

Solución: La **patente** protege una **invención técnica** (nueva, con actividad inventiva y aplicación industrial) y da el derecho exclusivo a explotarla. La **marca registrada** protege los **signos que identifican** el producto (nombre, logotipo, colores) y lo distinguen de la competencia. Para Brain Memory, la **marca** sí encaja: protegería el nombre «Brain Memory» y su logotipo. La **patente** solo serviría si el juego incorporara una **solución técnica nueva** (un mecanismo); las reglas de un juego no son patentables y el **aspecto** de piezas y caja se protege con un **diseño industrial**. Nota: la solución oficial (en catalán) dice que la patente «podria protegir el disseny del joc»; según las leyes 24/2015 y 20/2003, para la apariencia lo correcto es el diseño industrial.

Fuentes

1. Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes (BOE consolidado)
2. Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE consolidado)
3. Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial (BOE consolidado)
4. Real Decreto Legislativo 1/1996, texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (BOE consolidado)
5. Ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales (BOE consolidado)
6. OEPM: Invenciones, conceptos básicos (patente, modelo de utilidad)
7. OEPM: Diseños, conceptos básicos
8. OCDE y Eurostat (2018): Manual de Oslo, 4.ª edición
9. INE: Estadística sobre Actividades de I+D, metodología (definiciones del Manual de Frascati)
10. INE: Estadística sobre Actividades de I+D, año 2024 (nota de prensa de 20 de noviembre de 2025)
11. Eurostat: EU spending on R&D exceeded €403 billion in 2024
12. Unión Europea: Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)
13. PAU Castilla-La Mancha 2026, convocatoria ordinaria: criterios de corrección
14. PAU Aragón 2026, convocatorias ordinaria y extraordinaria: exámenes con criterios

Apuntes de Farmeando PAU · farmeandopau.com · Revisados frente a fuentes. Última revisión: 24 de octubre de 2026. Licencia CC BY-NC-ND 4.0: puedes copiarlo y compartirlo citándonos, sin uso comercial ni cambios. ¿Un error? Avísanos desde la página del tema. Cómo los hacemos: farmeandopau.com/metodologia.