

## BARRERAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE SERVICIOS

| DESCRIPCIÓN DE LOS SEGMENTOS                             | TIPOLOGÍA DE SERVICIOS |                    |           |           | ¿CUAL LE AFECTA? | COMENTARIOS |
|--|------------------------|--------------------|-----------|-----------|------------------|-------------|
|  | "PERSONAS"             | "TELECOMUNICACIÓN" | "ACTIVOS" | "OBJETOS" | (MARCAR)         |             |
| 1. Restricción a la propiedad de empresas servicios      |                        |                    | •         |           |                  |             |
| 2. Política de preferencia local                         | •                      |                    | •         |           |                  |             |
| 3. Regulación de visados y permisos de trabajo           | •                      |                    | •         |           |                  |             |
| 4. Exigencia de diplomas o cualificaciones locales       | •                      |                    | •         |           |                  |             |
| 5. Imposición de tasas e impuestos diferenciales         | •                      |                    | •         |           |                  |             |
| 6. Licencias de emisión de telecomunicaciones            |                        | •                  |           |           |                  |             |
| 7. Registro previo de publicaciones                      |                        |                    |           | •         |                  |             |
| 8. Falta de reconocimiento de diplomas extranjeros       | •                      |                    | •         |           |                  |             |
| 9. Reglamentos contables y administrativos               | •                      |                    | •         |           |                  |             |
| 10. Control de acceso al mercado                         |                        |                    | •         |           |                  |             |
| 11. Subsidios y subvenciones a productores locales       | •                      |                    |           |           |                  |             |
| 12. Censura de contenidos de material publicado          |                        | •                  |           | •         |                  |             |
| 13. Declaración previa (y autorización) pagos servicios  | •                      |                    |           |           |                  |             |
| 14. Restricciones acceso a tecnología de comunicación    |                        | •                  |           |           |                  |             |
| 15. Interceptación de telecomunicaciones                 |                        | •                  |           |           |                  |             |
| 16. Ausencia de defensa a la propiedad intelectual       |                        |                    |           | •         |                  |             |
| 17. Trabas a los permisos de residencia                  |                        |                    | •         |           |                  |             |
| 18. Preferencias a la contratación local de trabajadores |                        |                    | •         |           |                  |             |
| 19. Obligación de registro de actividades                |                        |                    | •         | •         |                  |             |
| 20. Dificultades de acceso a la financiación local       | •                      |                    | •         |           |                  |             |

## Marcas, Patentes, y Propiedad Intelectual

---

Los servicios, por sus características, son **difícilmente patentables**, si bien pueden patentarse alguno de los elementos tangibles de su oferta.

Cabe, sin embargo, la **propiedad intelectual sobre los contenidos**, al menos en algunos servicios, especialmente en los que utilizan el vehículo de las telecomunicaciones o que se incorporan a un objeto. Sigue siendo de gran importancia la presión que empresas y gobiernos están haciendo para regular la copia fraudulenta o la piratería de contenidos. Es, en cualquier caso, una asignatura pendiente en muchos países que utilizan esta vía de falta de control con la excusa de favorecer la difusión a bajo coste de conocimientos y tecnología.

La "**marca de empresa**" es fundamental, ya que la construcción de imagen es crítica para disminuir la percepción de riesgo del cliente, y otorgar, además una "imagen del servicio" para facilitar la tangibilidad y diferenciación del mismo.

### *Marca, Propiedad intelectual, Patentes (comentarios)*

A blue L-shaped line with an arrowhead at the end of the horizontal part, framing a set of seven horizontal lines for text input.