

LA MARCA IBV: UN ELEMENTO DIFERENCIADOR DE PRODUCTOS HUMANOS

M^a Dolores Murria
Instituto de Biomecánica de Valencia

Tras el estudio de viabilidad de una marca IBV realizado el pasado año, durante el segundo semestre de 1999, el IBV va a poner a disposición de empresas y entidades, una MARCA propia con el ánimo de avalar y garantizar la influencia del producto sobre la salud y la calidad de vida, confiriéndole así un elemento diferenciador.

En el presente artículo se presenta la MARCA IBV, en sus dos modalidades de certificación e innovación, así como los mecanismos para su obtención.

The IBV mark: a distinguishing element for human products

After last year's viability survey of an IBV mark, during the second semester of 1999, the IBV is offering the companies and entities, its own MARK with the aim of supporting or guaranteeing the influence of the product on health and life quality, making thus a distinguished product.

This article presents the IBV MARK, in its two forms, certification and innovation, as well as the way to obtain it.

INTRODUCCIÓN

El pasado año, en el marco de la Iniciativa PYME de desarrollo empresarial -programa de diseño- el IBV acometió el proyecto de Creación e Implantación de una marca propia con el ánimo de:

- Ofrecer a las empresas que evalúan y/o desarrollan productos con el IBV un elemento diferenciador que los distinga en los mercados, a la vez que incentivar su participación en el desarrollo de proyectos de I+D, y
- Protocolizar y procedimentar el uso de la marca e imagen del IBV en productos y servicios evaluados y/ o diseñados en nuestro centro.

El propósito de este proyecto era elaborar una identidad de marca IBV y de los conceptos relacionados con ésta, fijar los usos y escenarios posibles de utilización y su protección jurídica.

ACTUACIONES REALIZADAS EN 1998

Con el objeto de analizar el interés que podría tener una MARCA IBV entre sus clientes reales y potenciales, el IBV realizó un análisis estratégico de la Marca en el ámbito nacional. Para cada uno de los campos de actuación del IBV, se detectaron las empresa y/o instituciones entre las cuales se iba a realizar el estudio de viabilidad. La segmentación de los mercados se realizó conforme la siguiente clasificación: fabricantes, distribuidores, prescriptores/grandes compradores y usuarios. En base a esta segmentación se procedió a distribuir la muestra en las siguientes áreas de actividad del IBV:

- Ayudas Técnicas para personas con discapacidad: 66 entrevistas.
- Implantes quirúrgicos: 53 entrevistas.
- Implantes dentales: 10 entrevistas.
- Calzado: 100 entrevistas.
- Material y equipamiento deportivo: 66 entrevistas.
- Mueble: 66 entrevistas.

Lo que hace un total de 363 entrevistas, que se llevaron a cabo por una empresa externa subcontratada durante el último trimestre de 1998.

Los resultados obtenidos nos han permitido:

- Detectar aquellos colectivos de clientes reales y potenciales que utilizarían la Marca IBV, y
- Conocer las características que debería reunir la Marca IBV para conseguir su aceptación por cada de los colectivos.

Tras el análisis de las encuestas, se concluyó que:

- La mayoría de las entidades están preocupadas por los conceptos relacionados con la I+D y, aunque en muchos casos disponen de departamentos propios, asumen la complementareidad del IBV en sus tareas de desarrollo y evaluación de nuevos productos.
- La práctica totalidad de las empresas y entidades concededoras de las actividades del IBV (clientes reales) demandaban una Marca que respaldase y diferenciase sus productos.
- El 100% de las entidades encuestadas (clientes potenciales) estaban interesadas en obtener la acreditación de un organismo externo que acompañe su propia denominación.

¿QUÉ ES LA MARCA IBV?

La Marca IBV es una marca de excelencia que avala y garantiza la influencia positiva de un producto sobre la seguridad, la salud, la calidad de vida y el rendimiento de quien lo utilice, confiriéndole un carácter diferenciador.

Modalidades

El IBV pone a disposición de las empresas dos modalidades de certificación voluntaria de productos, según se trate de:

- productos **certificados** o de
- productos **innovadores** de características funcionales optimizadas.



Certificación es una marca de conformidad que atestigua que un producto cumple los requisitos o estándares técnicos establecidos por el IBV a través de la normativa que le sea de aplicación. Certifica que se trata de un producto sano, adaptado a su función biomecánica, ergonómico y/o seguro.



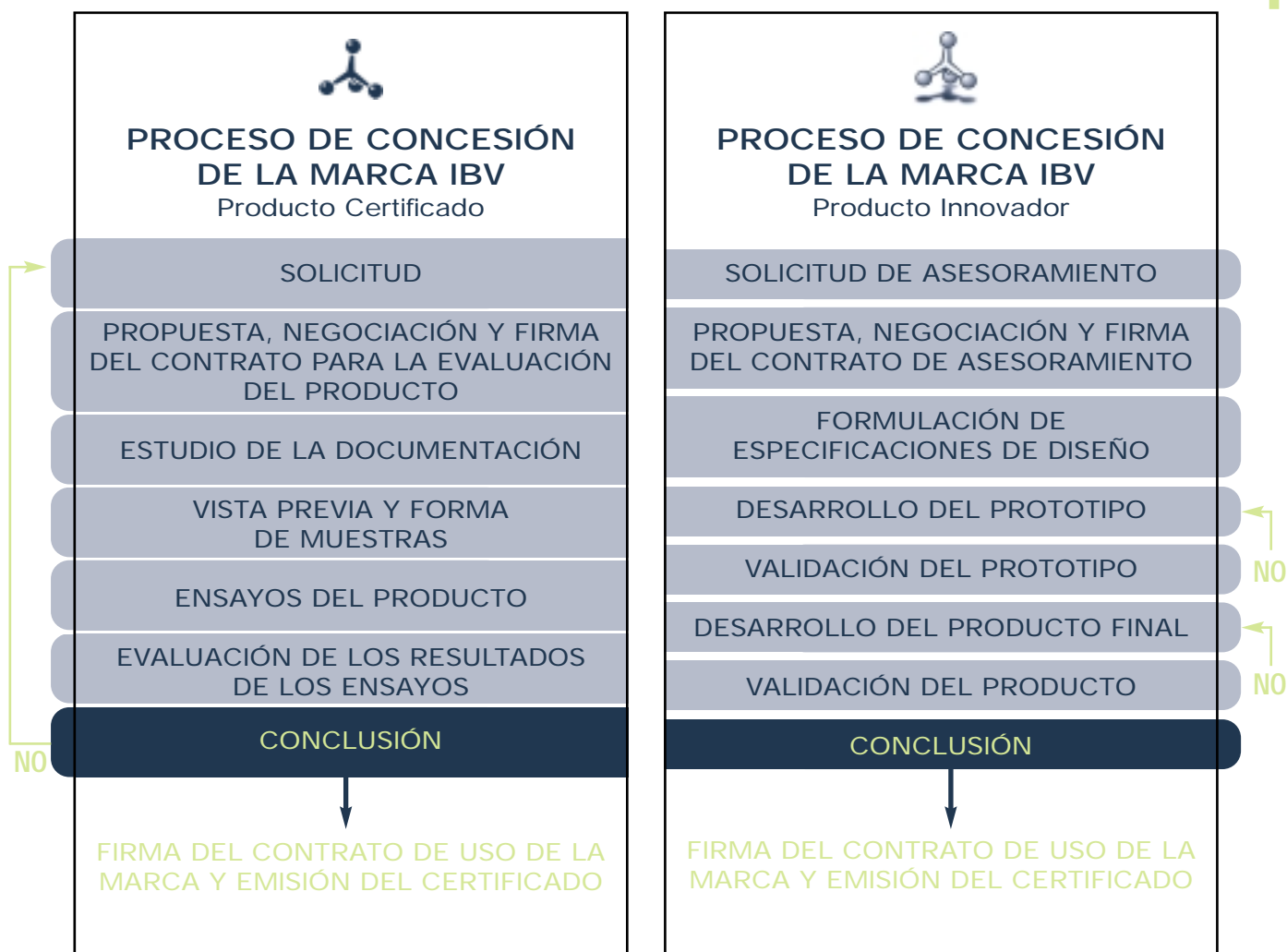
Innovación es una marca reservada a aquellos productos innovadores en los que el IBV ha intervenido durante la concepción de todos sus elementos, garantizando un diseño funcional excelente.

¿CÓMO OBTENER LA MARCA IBV?**Producto certificado**

1. La empresa solicita y contrata la evaluación del producto para obtener el certificado que garantice su adaptación funcional. El producto puede ser totalmente ajeno al IBV o haber contado con la participación del IBV en el proceso de diseño de alguno de sus elementos.
2. El producto es evaluado según los protocolos de ensayos normativos y/o propios que le sean aplicables.
3. Si el producto cumple los requisitos fijados, se le otorga la marca **Certificación**, que la empresa podrá utilizar, de acuerdo a las condiciones contractuales establecidas y a las condiciones formales del manual de uso, en sus acciones de promoción y comunicación.
4. Se emite la acreditación correspondiente como producto certificado.
5. Las condiciones y plazos de concesión del derecho de uso de la marca IBV se regulan mediante un contrato firmado entre ambas partes.

Producto innovador

1. La empresa solicita y contrata asesoramiento para el desarrollo de un producto en el que el IBV participa definiendo todos los elementos de los que depende su diseño funcional. El nivel de funcionalidad buscado no responde a un estándar sino a un óptimo.
2. Tras las especificaciones de diseño dadas por el IBV, la empresa lleva a cabo el desarrollo de un prototipo y del producto final a industrializar. Ambos son validados por el



IBV, exigiendo, además, unos estándares de calidad relativos a su composición, resistencia y/o durabilidad.

3. Si de la validación resulta un diseño óptimo, se le otorga la marca /Innovación, que la empresa podrá utilizar, de acuerdo a las condiciones contractuales establecidas y a las condiciones formales del manual de uso, en el producto y en sus acciones de promoción y comunicación; acciones para las que podrá solicitar el apoyo del IBV.

4. Se emite la acreditación correspondiente como producto innovador.

5. Las condiciones y plazos de concesión del derecho de uso de la marca IBV se regulan mediante un contrato firmado entre ambas partes.

FASES DE IMPLANTACIÓN DE LA MARCA

La implantación de la Marca IBV se va realizar a través del desarrollo de distintas fases, tanto en lo que respecta a los sectores industriales como en los plazos de aplicación.

Así pues, en una primera fase a lo largo del segundo semestre de este año, el IBV pondrá a disposición de las empresas fabricantes de **calzado de calle** (en todas sus

modalidades) y de las empresas fabricantes de **mobiliario hospitalario** y de **mobiliario para personas mayores**, la posibilidad de obtener la marca IBV, en la **modalidad de /Certificación**, para aquellos productos ensayados en los laboratorios del IBV, bajo criterios de funcionalidad, confort, seguridad y adaptación.

Durante el próximo año, a medida que se tengan ultimados los procedimientos que garanticen la adecuación de los productos y definidos los protocolos de ensayo correspondientes, el IBV abrirá esta posibilidad a los fabricantes de otros sectores industriales.

Además, dado que el IBV despliega una amplia actividad en investigación aplicada y desarrollo tecnológico que le permite ofrecer a la industria servicios avanzados de asesoramiento en el diseño de nuevos conceptos, sistemas y productos, que se materializan año tras año en la realización de múltiples proyectos de I+D en colaboración con empresas, el IBV ofrecerá a las mismas la posibilidad de utilizar la marca IBV en la modalidad de /Innovación, **ligada a los productos diseñados en el marco de proyectos de I+D.**