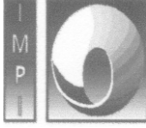


WIPO/INV/MTY/02/13

ORIGINAL: Inglés

FECHA: abril de 2002



INSTITUTO MEXICANO DE LA
PROPIEDAD INDUSTRIAL



ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE
ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

TALLER INTERNACIONAL SOBRE ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INVENCIÓNES Y TECNOLOGÍA

organizado por
la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
en cooperación con
el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI)
y
el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)

Monterrey (México), 17 a 19 de abril de 2002

SERVICIOS DE APOYO A LA INNOVACIÓN Y ASISTENCIA A LOS
INVESTIGADORES, LOS INVENTORES Y LA INDUSTRIA LOCAL

*Documento preparado por el Sr. Andy Gibbs, Ejecutivo Principal de
PatentCafe.com, Yibbs City, California, Estados Unidos de América*

I. ANTECEDENTES

1. Como muchos de mis estimados colegas lo han manifestado previamente en este taller, antes de encarar el desarrollo de un plan de innovación eficaz es necesario fijar los objetivos en los más altos niveles. Se ha subrayado que para poner en marcha planes innovadores eficaces se debe reunir primeramente a los administradores del sector industrial, organismos gubernamentales y centros de investigación, y acordar luego el tipo de contribución que efectuará cada sector para desarrollar conjuntamente un programa de innovación eficaz. Por supuesto, el objetivo es el crecimiento económico y la prosperidad resultante de la comercialización fructífera de productos y desarrollos tecnológicos innovadores.

2. Partiendo del supuesto de que ya se ha elaborado un plan de innovación, es probable que los representantes gubernamentales y del sector industrial, así como los investigadores y los inventores independientes, pidan ocasionalmente asistencia externa en forma de asesoramiento especializado para la aplicación de un plan de innovación. Los “conocimientos especializados externos” adoptando diversas formas, a saber:

a) servicios (se basan en los conocimientos especializados que proporciona una empresa consultora profesional a la organización)

b) productos (herramientas que ayudan a desarrollar conocimientos especializados dentro de la organización).

3. Es bien sabido que entre los elementos importantes para elaborar y comercializar una innovación se cuentan aspectos relativos al desarrollo técnico, comercial y empresarial. En el marco del plan general de la innovación, cada uno de esos elementos se abordará conforme un orden de prioridad determinado y a diferentes niveles de importancia. Las organizaciones que han comenzado a desarrollar innovaciones recientemente se enfrentan a la carencia de ciertos tipos de conocimientos especializados en una o más de esas disciplinas operativas, y deben buscar asistencia o recursos externos para promover adecuadamente las iniciativas de innovación.

4. Si se apoyan solamente en los servicios que proporcionan los consultores, las organizaciones pueden volverse dependientes de esos servicios externos en detrimento del desarrollo de los conocimientos especializados internos. Por otra parte, si bien un nuevo conjunto de productos y programas informáticos pueden favorecer el progreso de los profesionales innovadores dentro de una organización, éstos se utilizan más apropiadamente para obtener y analizar datos, así como para acceder a los mismos. Los programas informáticos no pueden ayudar a adoptar decisiones tal como pueden hacerlos los consultores experimentados. Por consiguiente, los programas de innovación más eficaces deberán mantener un adecuado equilibrio entre los servicios y los productos.

5. La finalidad del presente documento es dar a conocer algunos de los productos eficaces y fácilmente obtenibles, cuya aplicación puede proporcionar al personal de la organización una mayor autosuficiencia a largo plazo y permitirle participar más activamente en la promoción y el desarrollo de innovaciones. A través de Internet se puede acceder a todos los productos que se mencionan en el presente documento.

II. CONSIDERACIONES GEOGRÁFICAS

6. Existen grandes diferencias entre los países, e incluso entre las diversas regiones de un determinado país, en lo que concierne a la situación económica, los recursos técnicos, la capacidad de producción y los mercados de usuarios finales en relación con la innovación.

7. Más precisamente, esas diferencias están determinadas por las leyes regionales sobre patentes, la solidez de las divisas o el acceso a los recursos técnicos, de investigación o de producción. Además, dado que el objetivo final de todo programa de innovación fructífero consiste en incrementar los beneficios y la actividad empresarial, el mercado en el que se haya de comercializar la innovación desempeñará un papel esencial.

8. Por consiguiente, antes de recurrir a cualquier tipo de asistencia se deben fijar objetivos precisos y centrarse a asistencia principalmente en los sectores más débiles de la organización. En otras palabras, debe ser posible acceder fácilmente a información sobre el entorno local relativa a la innovación, aun cuando las organizaciones dispongan de conocimientos sobre productos, servicios y mercados que no se ande sus propias regiones.

9. Con el advenimiento de Internet los administradores de innovaciones pueden ampliar su ámbito de actuación más allá de las fronteras regionales y acceder instantáneamente a los mejores servicios y productos de apoyo disponibles.

III. CONSIDERACIONES IDIOMÁTICAS

10. Si bien el idioma puede ser un obstáculo para establecer vínculos más allá de las fronteras geográficas, sociales o lingüísticas, los programas de traducción basados en Internet se perfeccionan constantemente y permiten obtener instantáneamente traducciones en más de 50 idiomas. Al visitar por primera vez un sitio Web de traducción, el usuario puede introducir cualquier dirección de sitio Web (URL) y leer automáticamente el contenido del sitio en su idioma preferido. Las diferencias idiomáticas ya no constituyen una limitación para acceder en línea a los recursos relativos a innovaciones.

11. Los siguientes sitios ofrecen algunas de las mejores herramientas de traducción en línea, y deberían ser el punto de partida para toda búsqueda de apoyo exterior a la innovación.

<http://www.freetranslation.com/>

<http://babelfish.altavista.com/>

<http://www.systransoft.com/>

<http://www.tranexp.com:2000/InterTran>

<http://mason.gmu.edu/~aross2/> (lista completa de herramientas de traducción para 56 idiomas)

IV. EVALUACIÓN DE LA NECESIDAD DE SERVICIOS Y PRODUCTOS RELATIVOS A INNOVACIONES

12. Teniendo en cuenta que el mercado, la tecnología y la actividad empresarial desempeñan un papel fundamental, las organizaciones que desarrollan innovaciones deben evaluar los medios disponibles e identificar las carencias antes de solicitar cualquier servicio o producto externo. Esta fase de evaluación de las necesidades puede ayudar a determinar qué productos

oserviciosseránlosmásasequiblesyeficacesparafacilitarelprogresodelasiniciativas relativasainnovaciones.

13. Elcuadrosiguientemuestraunejemplohipotéticodetresituacionesdiferentesenlas queunaorganizacióndiponededostrescomponentesprincipalesdeunplande comercialización,peronecesitaasistenciaenrelaciónconeltercercomponente.

COMPONENTESDEQUEDISPONE:	ASISTENCIA REQUERIDA PARA:
Tecnología, capacidad de producción	Acceder al mercado o extranjeros
Mercado local, capacidad de producción	Encontrar o adquirir nuevas tecnologías
Tecnología, circuitos sólidos de venta	Encontrar recursos de producción apropiados

14. Mediante la identificación de los aspectos de comercialización más deficientes dentro de un grupo dedicado a la innovación, los administradores pueden satisfacer sus necesidades con los recursos externos necesarios. Las organizaciones no deberían asignar recursos para reforzar las capacidades de que disponen, sino después de obtener los componentes esenciales que pudieran faltarles.

V. SERVICIOS Y ASISTENCIA EN MATERIA DE INVESTIGACIÓN

15. Unavez que los administradores determinen claramente las principales necesidades, es decir los componentes que faltan para que un programa de innovación sea eficaz, pueden centrarse en la selección de los productos y servicios más apropiados para acceder a la información.

16. Las siguientes herramientas permitirán al administrador acceder a datos técnicos, análisis de datos y recursos de colaboración y concesión de licencias que podrán añadirse a los servicios externos. Por supuesto, existen muchos otros sitios Web que proporcionan información útil relativa a innovaciones, pero en estos casos se hace hincapié en el acceso a los datos antes bien que en el acceso a la información general.

Asistencia: Herramientas para	En: www.2xfr.com	En: www.ipsearchengine.com	Otros productos
INVESTIGACIÓN SOBRE EL ESTADO DE LA TÉCNICA	Las solicitudes pendientes a un año están publicadas	Búsqueda de patentes y tecnología Búsqueda de publicaciones defensivas	OMPI: http://ipdl.wipo.int/ http://gb.espacenet.com/
PROTECCIÓN POR PATENTE	Programa de patente provisional (EE.UU.)		Patent services quote www.feebid.com
ESTUDIO DE MERCADOS		Bases de datos sobre demografía y censos	http://virtualpet.com/industry/rdindex2.htm
VALORACIÓN Y ANÁLISIS DE PATENTES	Calculador del valor estimado de patentes		www.patentratings.com www.wisdomain.com
CONCESIÓN DE LICENCIAS	Listas de patentes e intercambio de licencias	Búsqueda de licenciatarios potenciales basada en la IPC	www.pl-x.com www.yet2.com
DESARROLLO TÉCNICO	Tecnologías disponibles sobre licencias		www.firsttofile.com www.foundationip.com www.quinnpatent.com/

17. Además de estos productos, en el sitio <http://patentcafe.com/directory/directory.asp> figuran otros productos más específicos, tales como programas informáticos de registro, programas de gestión de patentes, herramientas relativas a la concesión de licencias, y servicios profesionales.

VI. APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS A LOS PROGRAMAS DE INNOVACIÓN

18. Muchas de las herramientas están concebidas para su comercialización y uso en los Estados Unidos. Si bien los programas para análisis de patentes y otros programas conexos están vinculados a las bases de datos de patentes de los Estados Unidos de América, sus metodologías básicas de evaluación se pueden aplicar prácticamente a cualquier región.

19. Las herramientas de análisis proporcionarán un análisis por familias, tendencias y valores de patentes (sobre la base de algún parámetro económico, por ejemplo el Producto Interno Bruto). Sin embargo, para que un sistema de análisis sea absolutamente eficaz debe poder acceder al conjunto de datos más actualizado y completo posible.

20. Toda dependencia gubernamental que considere la posibilidad de desarrollar una herramienta de análisis de patentes deberá construir la base de datos principal de manera tal que el programa de análisis pueda acceder a los campos importantes para el análisis. Deberá ser posible la búsqueda de ciertos datos puntuales y el acceso a los mismos, por ejemplo, los datos puntuales inherentes a cuestiones de patentes, la Clasificación Internacional de Patentes (IPC), la clasificación local de patentes, el nombre del titular de la patente (cesionario), la fecha de prioridad o cualquier otro dato puntual pertinente que la organización considere importante comparar y analizar.

21. Además, aunque muchas de las herramientas han sido desarrolladas para determinados países, suelen existir versiones locales para los principales organismos competentes. Por ejemplo, el sitio sobre intercambio de licencias de patentes (www.2XFR.com) es una base de datos construida sobre un programa de estructura modular que puede adecuarse a cualquier región, país, u organización tecnológica importante. Es decir que la inversión en programas informáticos y su desarrollo, por lo que la adaptación de esos programas a otras regiones, o la presentación de los mismos en otros idiomas, son posibilidades que se pueden llevar a la práctica de manera fácil y económica.

22. Por consiguiente, es conveniente considerar la posibilidad de pedir a los autores de programas informáticos que proporcionen versiones adaptadas de determinados productos. Mediante el desarrollo de una versión local de un programa, o de herramientas accesibles a través de Internet para su utilización por parte de organizaciones de innovación de una región dada, el proceso innovador puede realizarse de manera más rápida y a un costo menor que el que supone el desarrollo de herramientas similares.

VII. CONCLUSIÓN

23. A través de Internet continúa introduciéndose en el mercado productos que aceleran el desarrollo y la comercialización de innovaciones. En la medida en que cada una de esas herramientas se pone a disposición de los usuarios, se debe evaluar continuamente sus posibilidades de aplicación en relación con los programas regionales de innovación.
24. Una vez que queda demostrado que una herramienta determinada puede fortalecer las capacidades internas de una organización, esa herramienta debería adoptarse.
25. Algunos productos pueden proporcionar datos relativos a tendencias, valoración, oportunidades de concesión de licencias, etcétera. Si bien tales productos pueden suministrar esos valiosos datos, en cambio no pueden reemplazar al conocimiento humano ni tomar las decisiones relacionadas con los datos. Por lo tanto, los productos deberán utilizarse conjuntamente con los conocimientos de profesionales en materia de propiedad intelectual e innovaciones.
26. Con el tiempo, mediante el uso de los servicios externos de innovación que se requieran, combinados con un empleo eficaz de programas de gestión de datos basados en Internet, un grupo de innovación podrá comenzar a desarrollar un sólido conjunto de aptitudes de innovación en el seno de la organización, reduciendo así su dependencia respecto de la asistencia externa.

[Fin del documento]