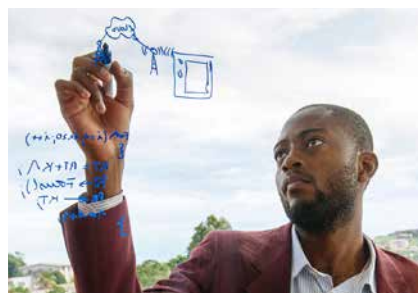


Utilizar la propiedad intelectual en aras del desarrollo

Experiencias exitosas en diferentes partes del mundo



Índice

7

Foto: iStockphoto © PeskyMonkey



Poner la medicina al alcance de las masas

Una empresa farmacéutica india está logrando servicios de salud más asequibles haciendo un uso inteligente del sistema de patentes

10

Foto: © Karin Schermbucker, cortesia da mothers2mothers



Una marca de confianza que salva vidas

Las marcas están apoyando una labor vital en África

23

Foto: John Mitchell / Aarmy Stock Photo



Lugar de origen es sinónimo de reputación

Del Camerún a México y de Sri Lanka a Panamá, empresas de todo el mundo están incrementando sus ventas de productos locales gracias a las leyes de PI

4

Cardiopad: el éxito de una patente

7

Poner la medicina al alcance de las masas

10

Una marca de confianza que salva vidas

13

La información sobre patentes: una gran fuente de energía

17

Vida nueva para un antiguo cultivo

20

Un emprendimiento muy fructífero

23

Lugar de origen es sinónimo de reputación

28

Una innovación grabada en piedra

31

Un paso adelante

34

Dar con las claves del éxito

36

Nollywood: el siguiente episodio

Prefacio

La innovación y la creatividad son cualidades humanas fundamentales. Están presentes en todas las sociedades del mundo.

Demasiado a menudo, sin embargo, el ingenio de los innovadores y creadores queda sin recompensa en los países en desarrollo, que desaproveen así muchas ventajas potenciales.

Ahí es donde el sistema de propiedad intelectual (PI) puede desempeñar un papel decisivo. La PI es una poderosa herramienta al servicio del desarrollo. Usada estratégicamente por los gobiernos, las empresas y el sector sin ánimo de lucro, la PI puede generar enormes beneficios económicos, sociales y culturales.

En esta breve publicación se resaltan algunas de las principales contribuciones que la PI puede hacer a la causa del desarrollo.

Los innovadores y creadores individuales son sus beneficiarios más directos: haciendo valer sus derechos de propiedad intelectual, pueden asegurarse un porcentaje justo de los beneficios económicos generados por sus invenciones y creaciones.

Este texto les acercará a las historias de buen número de personas que están trabajando en esa dirección: un joven inventor del Camerún, un desarrollador de *software* de Bangladesh, fabricantes de muebles de Filipinas y numerosos agricultores y artesanos que están usando la PI para impulsar su marca y fortalecer su posición negociadora en los mercados internacionales.

Si rendimos homenaje a estas experiencias positivas es porque el crecimiento de una

empresa se traslada a su vez a su comunidad de origen e impulsa los ingresos, las competencias y el nivel de vida de la población local.

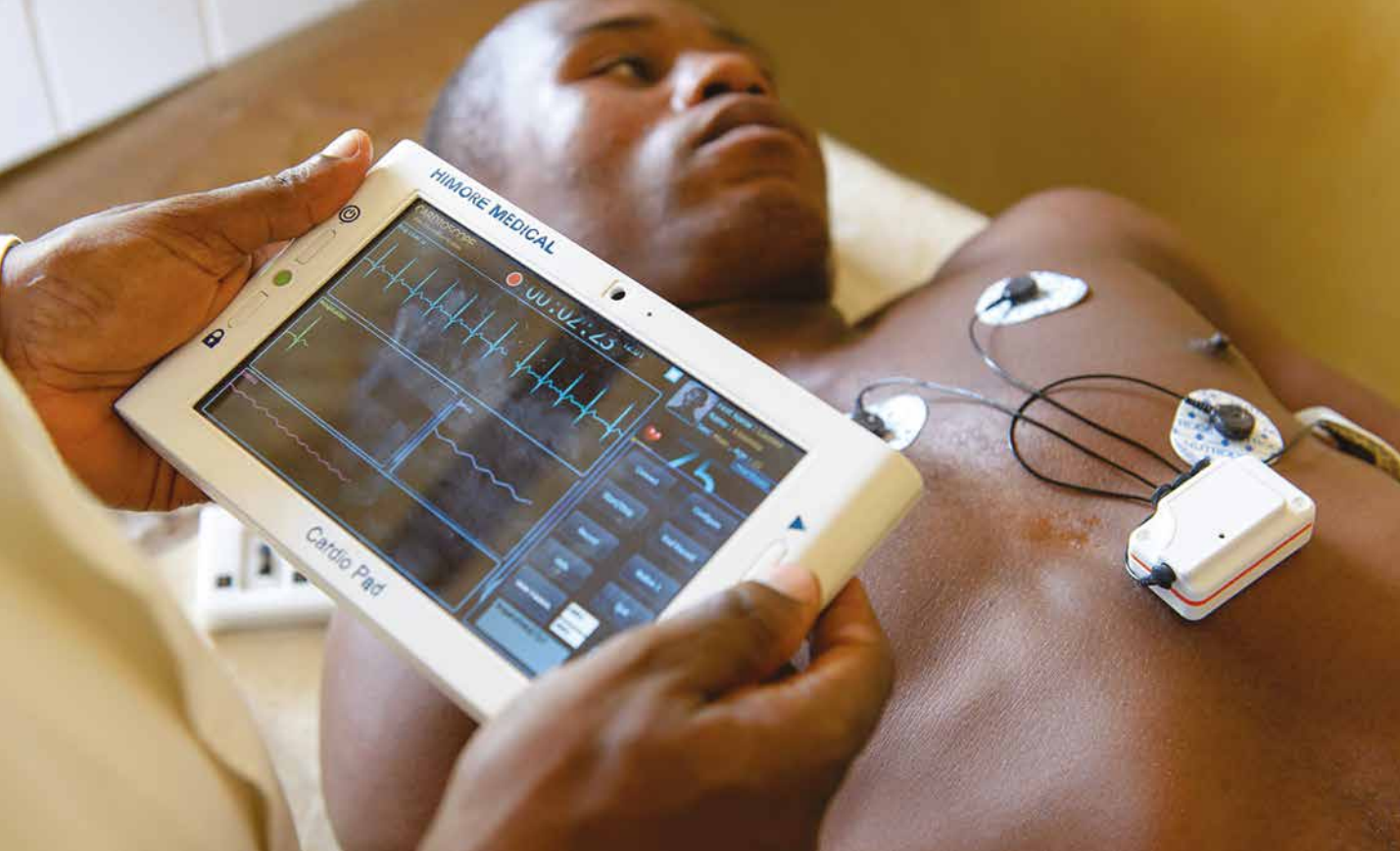
Sin embargo, la cuestión de los derechos de PI va más allá de la obtención de beneficios. También aportamos abundantes ejemplos de cómo pueden ser usados para apoyar la acción voluntaria: desde el generoso inventor que patentó una innovación destinada a potenciar el rendimiento de las cosechas para que nadie pudiera monopolizarla hasta el ingenioso uso de las marcas y del desarrollo de marcas hecho por una organización benéfica con vistas a concientizar a sus clientes y donantes.

Por otro lado, el sistema de PI es, como también se verá aquí, una fuente importante de información técnica que cabe explotar, contando con la experiencia técnica adecuada, para producir innovaciones baratas pero de inestimable valor en ámbitos como la medicina o la energía.

En resumen, la PI es un activo primordial de toda empresa, comunidad o país. Y hay que sacarle el máximo partido.

Este texto ha sido preparado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el organismo de las Naciones Unidas especializado en la propiedad intelectual.

Esperamos que sirva para alentar a mucha más gente a sacar partido de las ventajas de la propiedad intelectual.



Cardiopad: el éxito de una patente

Los pacientes con problemas cardíacos que viven en zonas rurales apartadas sacan provecho de la invención de un joven inventor africano

"La clave de la innovación está a menudo en el deseo de resolver los problemas de otras personas". Es lo que dice Arthur Zang, y sabe de lo que habla. Siendo todavía un estudiante, en Yaundé (Camerún), empezó a trabajar en lo que sería el cardiopad, la invención con la que aspira a mejorar considerablemente el tratamiento de las enfermedades cardíacas en África.

Lo que movió al Sr. Zang fue el deseo de ayudar a la gente de los pueblos más apartados que tienen dificultades para acceder a atención médica especializada de calidad.

El Camerún apenas dispone de algunas decenas de especialistas que atienden a una población de más de 22 millones de personas. Eso plantea una dificultad enorme para los pacientes que necesitan atención médica, especialmente cuando viven en zonas rurales. Consultar a un especialista supone un viaje largo, difícil y caro a una gran ciudad.

Conectar a los médicos y a los pacientes

El objetivo del cardiopad es ampliar el radio de acción de los recursos más valiosos del personal médico, ayudando a los cardiólogos a examinar a sus pacientes a distancia.

“El sistema de propiedad intelectual puede ayudarnos en África. Da credibilidad a los productos africanos”.

Arthur Zang

Se trata de una tableta diseñada a tal efecto, con una interfaz de pantalla táctil de uso sencillo y un sofisticado *software*.

El Cardiopad permite que un médico e incluso un enfermero lleven a cabo exámenes cardíacos, como un electrocardiograma, a un paciente en su centro de salud local.

Las lecturas de los electrodos en el pecho del paciente se pueden transmitir directamente al dispositivo, dotado de un *software* especialmente programado para eliminar las interferencias. Las pruebas han demostrado un 97,7% de fiabilidad.

A continuación, los resultados pueden ser transmitidos por vía inalámbrica a un cardiólogo a kilómetros de distancia para un análisis especializado.

Se trata de una solución africana a un problema africano. El cardiopad es resistente; está diseñado para soportar el calor, la humedad y el transporte por carreteras en mal estado, y su batería le permite funcionar al 100% durante seis horas en caso de cortes eléctricos.

También resulta muy barato, en comparación con los precios medios de la tecnología médica. El equipo completo a un precio minorista no llega a los 3.500 dólares EE.UU.

Proteger y promover las invenciones por medio del sistema de patentes

Las invenciones son productos y procedimientos que proponen una nueva forma de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. Eso las convierte, fundamentalmente, en los pilares del progreso tecnológico, de modo que es sumamente importante promoverlas.

Las invenciones pueden ser protegidas por medio de patentes, que son un tipo de derecho de propiedad intelectual (PI). Una patente otorga a su titular el derecho exclusivo de controlar cómo se produce o utiliza una invención durante cierto período de tiempo en un territorio determinado.

Como la mayoría de los demás derechos de propiedad intelectual, las patentes pueden ser transferidas. El titular de una patente puede venderla o entregarla a otra persona (lo que también se conoce como cesión de patente), o bien conservar su propiedad concediendo a un tercero el derecho de producirla o utilizarla (la concesión de licencias sobre derechos de patente). El hecho de que las patentes sean transferibles y comercializables contribuye a darles un valor económico; de ahí que inventores como Arthur Zang puedan usarlas para atraer a inversores.

Eso beneficia al Sr. Zang, ya que si su invención tiene éxito comercial puede procurarle un rendimiento justo. Y al incentivar el desarrollo de nuevas tecnologías destinadas a mejorar la vida de las personas, también nos beneficia a todos los demás.

Para más información sobre patentes, véase:
www.wipo.int/patents/es/index.html

“Cada vez que presento el cardiopad en una universidad o ante un grupo de asociados, me preguntan si lo he protegido o si he presentado una solicitud de patente”.

Arthur Zang



Foto: © Rolex Awards/Marc Latzel

Invertir en propiedad intelectual

El Sr. Zang ya ha recibido muchos elogios. Lo que ahora busca son fondos que le permitan lanzar Cardiopad al mercado.

Todavía está dando sus primeros pasos pero hay un elemento de su modelo operativo que ya está definido: la importancia de proteger la propiedad intelectual.

El Sr. Zang solicitó una patente a la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI) para proteger ciertos aspectos tanto del hardware como del software. A juzgar por la actitud de los inversores potenciales, fue una decisión muy inteligente.

"Cada vez que presento el cardiopad en una universidad o ante un grupo de asociados, me preguntan si lo he protegido o he presentado una solicitud de patente", cuenta.

Pese a sus esfuerzos por comercializar el cardiopad, el Sr. Zang sigue interesado en desarrollar otros productos. Ya está explorando el potencial de la tecnología de tableta inalámbrica en otros ámbitos de la medicina, como la radiología.

Es posible que estén en camino más patentes del Sr. Zang.

“Bien gestionada, la PI es un factor absolutamente positivo”.

Subhanu Saxena

Poner la medicina al alcance de las masas

Una empresa farmacéutica india está logrando servicios de salud más asequibles haciendo un uso inteligente del sistema de patentes

Millones de personas carecen de acceso a medicamentos esenciales en los países en desarrollo y los países menos adelantados. Muchos de los tratamientos que salvan vidas son simplemente demasiado caros para sus bolsillos.

Eso plantea un enorme problema a nivel mundial, pero a su vez brinda una oportunidad a ciertas empresas que trabajan para abastecer este incipiente mercado.

CIPLA, un productor de medicamentos y equipos médicos con sede en la India que está desarrollando una impresionante presencia internacional, es un ejemplo perfecto.

La meta declarada de CIPLA es “que a ningún paciente se le niegue el acceso a medicamentos y atención médica asequibles y de alta calidad”, y explota todo el potencial del sistema de patentes en pos de este objetivo.

Sacar partido de las invenciones no protegidas por patentes

Un elemento central de la actividad de CIPLA es la producción de medicamentos genéricos, lo cual implica identificar productos farmacéuticos que ya no estén protegidos por patentes y determinar cómo fabricar genéricos baratos de buena calidad.



Foto: © CIPLA



*En virtud de su compromiso
de velar por la asequibilidad,
CIPLA procura compartir
sus propias tecnologías
patentadas.*

CIPLA también invierte mucho tiempo y dinero en el desarrollo de sus propias innovaciones, encaminadas a mejorar sus procesos de producción, combinar genéricos para producir nuevos tratamientos complejos e inventar nuevos dispositivos médicos para facilitar la administración de tratamientos.

El compromiso de impulsar la innovación

En conjunto, la empresa dedica hasta el 6% de su volumen de negocios anual a la investigación y el desarrollo y, obviamente, desea proteger esa inversión. Eso significa proteger la propiedad intelectual (PI).

“Como empresa con un importante presupuesto de I+D y un amplio abanico de innovaciones, presentamos solicitudes de patente para reconocer y sistematizar esas innovaciones”, explica el Director General de CIPLA, Subhanu Saxena.

“Bien gestionada, la PI es un factor absolutamente positivo. Estamos en contra de los monopolios que propician abusos. El acceso asequible debe ser un elemento fundamental de las estrategias de las empresas farmacéuticas”.

Compartir tecnología concediendo licencias de patentes

En virtud de su compromiso de promover precios asequibles, CIPLA procura compartir sus propias tecnologías patentadas concediendo licencias a otras empresas en condiciones razonables.

También concierda acuerdos de licencia con otros titulares de patentes para usar su tecnología. Gracias a una impresionante infraestructura de distribución -70.000 vendedores y comerciales asociados exclusivamente en la India- CIPLA accede a mercados que quedan fuera del alcance de otras empresas, lo que la convierte en un asociado potencialmente valioso.

Una estrategia de éxito

En resumen, la estrategia de CIPLA parece estar funcionando. Una cuarta parte de su negocio se sitúa ya en África y ha previsto un ambicioso proceso de expansión. "Hace cinco años, el 70% del negocio de CIPLA estaba en la India", explica el Sr. Saxena. "Dentro de cinco años el 70% estará fuera de la India".

El éxito de CIPLA también está beneficiando a los pacientes. Como primer fabricante de productos antirretrovirales genéricos, CIPLA ha desempeñado un papel fundamental en la ampliación del acceso a las terapias contra el VIH/SIDA en las últimas dos décadas.

En otro tiempo, las terapias contra el VIH en África costaban 12.000 dólares EE.UU. anuales por persona, y apenas los recibían 8.000 pacientes. Hoy en día, gracias a proveedores como CIPLA, es posible tratar a más de 12 millones de africanos por un dólar diario o menos.

Garantizar el acceso a la atención sanitaria a nivel mundial es una tarea verdaderamente abrumadora pero empresas como CIPLA están logrando asumir ese reto gracias a la innovación.

Hoy en día, gracias a proveedores como CIPLA, es posible tratar a más de 12 millones de africanos por un dólar diario o menos.

Las patentes contribuyen a la difusión de la tecnología

Como ilustra el caso de cardiopad, las patentes incentivan la innovación ya que recompensan a los inventores. Puede pues darse el caso de que el acceso a una tecnología quede restringido durante un período determinado, ya que el titular de una patente tiene derecho a impedir a otras personas o empresas que usen su invención con fines comerciales.

Sin embargo, el sistema de patentes garantiza en última instancia la plena disponibilidad del conocimiento y la información. Para obtener una patente, el solicitante de la patente debe explicar en detalle en qué consiste su invención y cómo funciona. Esta información se publica para que todo el mundo pueda estudiarla y aprender de ella.

La protección de patentes tiene una duración limitada. Una vez expirado el período previsto, la invención queda "fuera de la protección por patente" y toda persona es libre de producirla y usarla. Por otro lado, una patente es efectiva exclusivamente en el territorio del país o región que la otorgó. Obtener patentes cuesta dinero, por lo que los inventores solicitan a menudo la protección de patentes únicamente en ciertos mercados, dejando abierta la posibilidad de que otros exploten su invención fuera de esos mercados.



Una marca de confianza que salva vidas

Una red de asistencia sanitaria sudafricana se extiende por todo el continente, impulsada por su sólida imagen

Las personas que viven con el VIH/SIDA no se enfrentan únicamente a un grave problema sanitario. Los pacientes sufren además problemas de estigmatización y alienación y pueden vivir al margen de la sociedad, lo que dificulta más, si cabe, la tarea de unos servicios médicos desbordados.

Sin embargo, una organización no gubernamental (ONG) ha encontrado una manera ingeniosa de ayudar.

La organización mothers2mothers (m2m) contrata a madres que han sido diagnosticadas con VIH o SIDA y las capacita para que brinden apoyo a otras personas en su misma situación.

El principal objetivo es prevenir la transmisión del virus de madre a hijo, alentando a las mujeres a someterse a pruebas de detección del VIH y a tomar la medicación pertinente, y aconsejándoles prácticas saludables de alimentación del lactante.

Las marcas ofrecen una herramienta poderosa -y muy asequible- para construir una imagen pública

Radio de acción

El asesoramiento sanitario que ofrecen las madres mentoras de m2m resulta particularmente accesible. Constituyen una red enorme y ampliamente arraigada en las comunidades, de modo que ofrecen una conveniente proximidad y, en ocasiones, incluso pueden visitar a las mujeres en sus domicilios.

También están en una posición inmejorable para "acercarse" a otras madres, tanto psicológica como geográficamente: pueden hablar con ellas como iguales y amigas, aprovechar su propia experiencia para construir una relación y ganarse su confianza y reconocimiento, que resultan cruciales.

Las madres mentoras no tienen formación para llevar a cabo tareas médicas como la prueba del VIH o administrar tratamientos, pero pueden contribuir, asesorando a otras madres, a que estas acepten asistencia médica profesional.

Una identidad confiable

Para contribuir a apoyar esas actividades, m2m ha creado su propia marca, ha desarrollado y usado una identidad corporativa coherente y distintiva, y la ha protegido mediante el derecho de propiedad intelectual (PI).

Las designaciones "mothers2mothers" y "m2m" están protegidas como marcas registradas en varios países y m2m también ha obtenido la

Promover la identidad por medio de las marcas

Las marcas son signos utilizados para distinguir los productos o servicios de diferentes organizaciones. Son más utilizados por las empresas, pero como demuestra la historia de m2m, también pueden ser utilizados por otras organizaciones (ONG, organizaciones internacionales, organismos públicos) para reforzar y proteger sus identidades.

Son muchos los tipos de signos que cabe proteger como marcas registradas: una palabra o una combinación de palabras, letras o números, dibujos, símbolos, colores, características tridimensionales como la forma o el embalaje de un producto, e incluso signos no visibles, como sonidos o fragancias. Lo importante es que una marca no debe ser idéntica –ni similar hasta el punto de inducir a confusión– a otra, en relación con el mismo tipo de bienes o servicios.

La protección de marcas es una de las modalidades de protección de la propiedad intelectual más asequibles y accesibles y puede ser una manera muy rentable de contribuir a edificar la reputación de una organización o empresa.

Para más información, véase:
www.wipo.int/trademarks/es/index.html

*m2m ya ha atendido a
cerca de 1,5 millones de
madres seropositivas*



Foto: © Karin Schembruskie, cortesía de mothers2mothers

protección de marca para su logotipo, una imagen colorida que simboliza la calidez, el cariño y la interconexión.

El logotipo ocupa un lugar destacado en los uniformes del personal, la parafernalia organizativa y las comunicaciones corporativas, y contribuye así a promocionar a la organización cada vez que alguien lo ve.

No menos importante resulta su aportación a la vital labor de recaudación de fondos de m2m, concientizando a quienes apoyan o podrían apoyar en un futuro a la organización.

Éxito tangible

La estrategia de m2m está demostrando que da buenos resultados y puede ser aplicada a mayor escala. Fundada en Sudáfrica en 2001, m2m está hoy presente en siete países africanos y cuenta con antenas en los Estados Unidos y Europa para recaudar fondos y promover políticas.

En sus primeros 15 años de vida, ha atendido a cerca de 1,5 millones de madres seropositivas. Las evaluaciones realizadas han demostrado que las intervenciones de las madres mentoras son muy efectivas, ya que al alentar a las madres a someterse a tratamiento y a aceptar la ayuda que necesitan, reducen drásticamente el número de bebés infectados.

Es más, las madres mentoras también salen beneficiadas, ya que su trabajo está debidamente remunerado. La organización tiene empleadas a más de 1.000 madres mentoras.

mothers2mothers beneficia a todos.



La información sobre patentes: una gran fuente de energía

*Los datos sobre patentes
pueden contribuir a
desarrollar tecnologías
que se ajusten a
las necesidades
de desarrollo*

Dos proyectos de producción de tecnologías de energía limpia en Nepal y Guatemala demuestran que los datos de PI pueden impulsar el desarrollo

El sistema de propiedad intelectual no sólo beneficia a las personas y empresas cuyas innovaciones protege. También crea un caudal de información que pueden consultar y explotar terceras personas.

Dos iniciativas de Nepal y Guatemala constituyen excelentes ejemplos que ilustran la manera en que los países pueden usar estratégicamente la información relativa a la PI para contribuir a la consecución de determinados objetivos de desarrollo.

Obtención y uso de los datos sobre patentes

Al solicitar una protección de patente, el solicitante debe presentar información sobre su invención. Dicha información debe ser lo suficientemente detallada como para que alguien con un nivel de competencias razonable en el campo técnico pertinente pueda producir y usar la invención.

Toda esta información se publica y se puede acceder a gran parte de ella a través de bases de datos públicas, incluido el motor de búsqueda en línea gratuito de la OMPI, PATENTSCOPE (*patentscope.wipo.int*).

La información sobre patentes puede utilizarse de muchas maneras. Empresas como CIPLA (páginas 7 a 9) buscan invenciones útiles que estén "fuera de la protección por patente", ya sea por no haberse patentado en un territorio determinado o por haber expirado la patente pertinente. Las invenciones que no están sujetas a patentes pueden ser libremente utilizadas por cualquiera; también por los gobiernos interesados en soluciones tecnológicas a problemas de desarrollo específicos, como ilustran los ejemplos de Guatemala y Nepal.

Una iniciativa llevada a cabo en Guatemala también utilizó información sobre patentes para contribuir a reducir la contaminación doméstica.

Un problema común: la contaminación en los hogares

Nepal y Guatemala son dos países muy diferentes, a miles de kilómetros de distancia, pero se enfrentan a desafíos similares. Un gran problema que tienen en común es la contaminación en el hogar.

En ambos países está muy extendido el uso de la madera como combustible doméstico. La leña representa más del 60% del consumo anual total de energía en Guatemala, mientras que en Nepal se sitúa nada menos que en el 78%.

Eso es malo para el medio ambiente y para la población.

Se estima que Guatemala pierde anualmente un 1% de su superficie forestal. La deforestación es también un importante motivo de preocupación en Nepal. Por otro lado, el humo de las estufas de leña puede causar graves problemas de salud en los hogares, con frecuencia mal ventilados. Las mujeres y los niños están particularmente expuestos a ese riesgo debido al tiempo que pasan cocinando.

Una fuente de soluciones

Tanto Nepal como Guatemala buscaron una solución a este problema y ambos fueron a parar al mismo lugar: los datos sobre patentes.

Las patentes son una rica fuente de información técnica ya que para obtener una protección de patente el solicitante debe brindar todos los datos de su invención y explicar en qué consiste y cómo funciona.

Esta información es publicada, de modo que cualquiera puede estudiarla y aprender de ella. Analizando atentamente los datos sobre patentes es posible adquirir la capacidad de desarrollar una tecnología destinada a atender una necesidad determinada.

Un combustible más adecuado para Nepal

Se puso en marcha, conjuntamente con la OMPI, un proyecto especial de desarrollo destinado a combatir la contaminación del fuego de leña en Nepal.

Un Grupo Nacional de Expertos constituido especialmente a tal fin determinó que se trataba de un problema de desarrollo específico que requería una solución técnica. A continuación, se encargó a un experto científico que estudiara datos sobre patentes con el fin de encontrar tecnologías potencialmente útiles que no estuvieran protegidas por patentes en Nepal.

El objetivo de la tecnología elegida por el Grupo Nacional de Expertos es aprovechar mejor un recurso que abunda en Nepal: los residuos agrícolas. Hoy en día se convierten los desechos crudos en briquetas compactas y resistentes, por medio de la conversión bioquímica. No sólo constituye un combustible de mejor calidad que la madera o la materia prima de biomasa, ya que genera más energía contaminando mucho menos, sino que además resulta menos voluminosa que las fuentes de energía tradicionales, y por tanto más apropiada para el almacenamiento y el transporte.

Por otro lado, se puede producir a nivel local, de modo que Nepal tiene la posibilidad de desarrollar una nueva industria que contribuya a satisfacer su demanda energética utilizando sus propios recursos.



Foto: © Himalayan Naturalis/myclimate

Secretos comerciales

Como alternativa a la protección de las patentes, las empresas pueden optar por dar carácter confidencial a los principales conocimientos e informaciones y tratarlos como secretos comerciales. En esencia, esto implica controlar quién accede a la información en cuestión e imponerle, en la medida de lo posible, el deber legal de no revelarla.

Recurrir al derecho que ampara los secretos comerciales puede resultar relativamente barato y la protección de los secretos comerciales no está como tal sujeta a límites de tiempo. Sin embargo, conlleva importantes riesgos. Alguien puede descubrir o revelar lícitamente, en ciertas circunstancias, un secreto comercial, lo que deja a la empresa, llegado el caso, sin protección. Así pues, patentar invenciones esenciales ofrece a las empresas cierto grado de seguridad y valor, además de garantizar que todos los demás accedan, a su debido tiempo, a información valiosa.



*Tras llevar a cabo
investigaciones
especializadas sobre
documentos de
patentes publicados,
complementadas con
estudios sobre el terreno,
el equipo logró
desarrollar un modelo
de cocina más eficaz*

Cocinas limpias en Guatemala

También en Guatemala se puso en marcha una iniciativa que utilizaba información relativa a patentes con el objetivo de ayudar a reducir la contaminación doméstica.

En este caso, los asociados del proyecto procedían de Corea del Sur, país que ha experimentado un gran desarrollo económico y social en apenas unas décadas, en parte gracias a su inteligente utilización de la propiedad intelectual.

Colaboraron en el proyecto representantes de la Oficina Coreana de Propiedad Intelectual, la Asociación Coreana de Promoción de las Invenciones, una ONG llamada Good Neighbours y un asociado tecnológico.

Optaron por una solución diferente a la aplicada por el proyecto nepalí: en vez de cambiar la fuente de energía, se propusieron mejorar el consumo energético.

Tras llevar a cabo investigaciones especializadas sobre documentos de patentes publicados, complementadas con estudios sobre el terreno, el equipo logró desarrollar un modelo de cocina más eficaz: más barato, más fácil de instalar y más eficiente desde el punto de vista del consumo de combustible que otros modelos disponibles a nivel local.

Al igual que las briquetas de biomasa, es una tecnología que puede fabricarse localmente con los recursos y los conocimientos técnicos disponibles.

En Guatemala, como en Nepal, la gente tiene a su alcance una reserva mundial de información sobre patentes para crear invenciones que respondan a sus necesidades locales.

Vida nueva para un antiguo cultivo



Foto: © Rolex Awards

La trilladora de fonio hace en pocos minutos el equivalente de horas de trabajo

Un ingeniero africano ha impulsado la producción de uno de los cereales más resistentes de África

El fonio se cultiva en África occidental desde hace milenios.

En muchos sentidos, este grano de cereal es el cultivo ideal para la región. Rico en nutrientes, también es de crecimiento rápido, resistente y capaz de sobrevivir en diferentes entornos hostiles.

Se puede cultivar en zonas semiáridas y subtropicales, en llanuras arenosas, estepas, pastizales, montañas y colinas, y puede alcanzar la madurez en apenas seis a ocho semanas.

No es de extrañar, por tanto, que fuera un componente importante de la agricultura tradicional de países como Senegal, Guinea o Malí.

El fonio es fácil de cultivar pero difícil de procesar

Una tradición en peligro

Sin embargo, esta tradición ha venido perdiendo fuerza en las últimas décadas. Pese a que el fonio es de cultivo relativamente rápido y fácil, es difícil de procesar, ya que requiere desgranar granos pequeños y frágiles.

Tradicionalmente, esta labor se ha hecho a mano; un proceso laborioso, costoso y poco apetecible.

Los agricultores se habían inclinado por otros cereales menos resistentes como el maíz, una opción que permitía reducir costos laborales, pero los dejaba a ellos y a sus países en una posición más vulnerable frente al riesgo de malas cosechas o escasez de alimentos.

Una nueva solución

Sanoussi Diakité vio el problema... y la oportunidad que le ofrecía.

Habiendo crecido en Senegal, donde el cultivo de fonio estaba muy extendido, recordaba perfectamente, por experiencia personal, las horas de trabajo que requería el procesamiento del grano para las comidas familiares.

Se propuso encontrar una solución, aprovechando su formación de ingeniero mecánico. A principios de la década de 1990 trabajaba como profesor y dedicaba su tiempo libre a buscar una solución. Al cabo de tres años, vio recompensados sus esfuerzos.

Inventó una máquina de descascarillar fonio valiéndose de placas plásticas flexibles que permitían retirar la cáscara del fonio sin dañar el frágil grano contenido de su interior.

Su invención ha transformado el trabajo y los costos de la producción del fonio. Puede procesar cinco kilos de grano en unos ocho minutos; un volumen de producción que anteriormente requería horas de trabajo. Y el descascarillado mecánico exige mucho menos agua que el procesamiento manual tradicional.

Protección de patente y comercialización

Con la intención de mejorar el cultivo de fonio en toda África Occidental, el Sr. Diakité pidió la protección de patente para su invención en varios países y presentó una solicitud ante la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI).

Al igual que en el caso del cardiopad (véanse páginas 4 a 6), el hecho de patentar su invención reforzó su perfil y su credibilidad a ojos de posibles patrocinadores. Recibió el valioso respaldo de la Fundación Africana para el Desarrollo para que siguiera desarrollando su máquina y obtuvo el prestigioso Premio Rolex al Emprendimiento.

Ahora, la cuestión es la comercialización y difusión de la tecnología. Con un precio de venta al por menor que ronda o supera los 1.000 dólares EE.UU., la máquina de descascarillado está fuera del alcance del bolsillo de la mayoría de los agricultores individuales, pero los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y los organismos internacionales pueden ver en ella una inversión provechosa.

Actualmente, funcionan cientos de máquinas en toda la región, pero hay margen para muchas más.

En investigaciones recientes se han demostrado los efectos saludables del fonio. Varios países celebran actualmente, una vez al año, el Día del Fonio para fomentar su cultivo. E incluso hay planes para promoverlo como nuevo "superalimento" moderno en los Estados Unidos de América.

Al mejorar la rentabilidad del cultivo de fonio, Sanoussi Diakité ha transformado las perspectivas de este cultivo tradicional. Ciertamente, una buena cosecha.



Foto:   Rolex Awards/Fatoumata Diabat 

*Patentar la invención ha
favorecido su credibilidad*

Un emprendimiento muy fructífero



Fotos: © patiariv/Stock/Getty Images Plus

El Dr. Barba usa su patente para que nadie pueda monopolizar el nuevo método

La producción de mango de Filipinas se ha triplicado gracias al trabajo de un científico local

¿Cómo inducir la floración de las plantas de mango? Este es el reto que se planteó el horticultor filipino Dr. Ramón Barba en la década de 1970.

Los mangos están repletos de vitaminas y minerales, por lo que resultan tan saludables como sabrosos. Ahora bien, aunque se produce en muchos países tropicales, el árbol de mango, *Mangifera indica*, puede ser un cultivo difícil.

Cada cosecha es ahora dos o tres veces mayor que antes



Los árboles de mango son muy estacionales, y dan fruta una sola vez por año. También son impredecibles: pueden dar abundante fruta un año y nada al año siguiente. La producción de mango puede por consiguiente ser un emprendimiento comercial de riesgo.

El enigma del humo

¿Qué podían hacer los agricultores para asegurarse una buena cosecha?

Los productores filipinos ya habían encontrado un método que parecía dar resultado: usar

humo. Descubrieron que podían estimular la floración quemando hojas y hierbas al pie de los árboles, proceso conocido como "ahumar" o "tiznar".

Sin embargo, para generar la floración, hacían falta dos semanas de humo constante, lo que resultaba caro y laborioso.

Al Dr. Barba le intrigaba el fenómeno y quería estudiarlo en detalle para dar con una alternativa científica. Los productores locales de mango lo contrataron como consultor y aprovechó la oportunidad para experimentar con diferentes productos químicos que estimularan a las plantas.

Su investigación en la Universidad de Filipinas Los Baños había revelado que el etileno del humo era el ingrediente mágico que provocaba la floración, pero tratándose de un gas no resultaba fácil aplicarlo a los árboles, de modo que era preciso buscar un producto químico alternativo.

Después de identificar y probar una serie de productos químicos, el Dr. Barba descubrió que el nitrato de potasio, también conocido como salitre, resultaba sumamente eficaz.

Bastaba rociar los árboles con nitrato de potasio disuelto en agua para que florecieran en una semana. Los agricultores podían generar varias cosechas por año, cada una de ellas dos o tres veces mayor que una cosecha convencional.

El nuevo método ha tenido un impacto revolucionario



Foto: Shutterstock/PORAWATEPLAY

Beneficios compartidos

El nuevo método del Dr. Barba ha tenido un impacto revolucionario. Los mangos se han convertido en una de las principales exportaciones de Filipinas, cuya producción anual ronda las 900.000 toneladas. El Dr. Barba recibió en 2014 el galardón presidencial al científico nacional de Filipinas.

También ha alentado la adopción de su método en el extranjero, lo que ha beneficiado a la producción de mango de muchos países en desarrollo.

Pero había que superar un último obstáculo para hacer posible la amplia difusión de su método: la protección por patente.

El Dr. Barba no pretendía explotar comercialmente su investigación, por lo que en un primer momento no vio el interés de patentarla.

Cambió de parecer cuando se enteró de que alguien había solicitado patentar la pulverización de nitrato de potasio para la propagación del mango.

Impugnó la solicitud de patente en cuestión y pudo demostrar que era el verdadero inventor del método. Como tal, se aseguró la patente del invento en Filipinas y otros países.

Fiel a sus principios, el Dr. Barba no explota sus derechos de patente, de modo que cualquiera puede beneficiarse de su trabajo. Pero al proteger sus derechos, ha logrado impedir que nadie más lo monopolice.

El sistema de patentes le ha ayudado a compartir su descubrimiento con el mundo.

Lugar de origen es sinónimo de reputación

El origen geográfico de los productos puede añadirles valor

Del Camerún a México y de Sri Lanka a Panamá, empresas de todo el mundo están convirtiendo el origen de sus productos en un reclamo comercial singular a través de diversos mecanismos de PI

Los orígenes geográficos constituyen un gran negocio. La procedencia de un producto puede incidir enormemente en su precio de mercado, siempre y cuando ese origen goce de buena reputación en relación con el producto en cuestión.

Los productos agrícolas son los ejemplos más obvios. Las condiciones climáticas, la flora y la fauna confieren cualidades muy apreciadas a determinados alimentos y bebidas.

Pero en última instancia, lo crucial es la interacción entre el entorno humano y el natural.

Muchas comunidades han desarrollado capacidades íntimamente ligadas al mundo que las rodea y las han convertido en ingredientes esenciales de sus productos locales, ya se trate de comestibles, bebidas, artesanías u otro tipo de productos.

Protección de las marcas geográficas

Así pues, los nombres de lugares u otras marcas de origen pueden ser muy comercializables. Dicho de otro modo: constituyen valiosos

Foto: iStockphoto © benne_photo



Ahora que la pimienta de Penja está protegida por las leyes de PI, los precios al por mayor se han multiplicado por cinco

Leyes especiales que protegen las indicaciones geográficas

En términos generales, una indicación geográfica es un signo utilizado en productos que tienen un origen geográfico específico y atesoran cualidades, una reputación o características esencialmente atribuibles a ese lugar. Muchos países cuentan con leyes especiales de protección de las indicaciones geográficas. En la jerga jurídica, se las conoce como regímenes sui generis de protección.

Hay diferencias entre las leyes que protegen las indicaciones geográficas. Una categoría de indicaciones geográficas destacable son las denominaciones de origen. Para que un producto sea protegido como denominación de origen, es preciso que deba *exclusiva o esencialmente* su calidad o características a su origen geográfico. Esto significa, en líneas generales, que las materias primas deben proceder de ese mismo lugar de origen y que a su vez la transformación del producto debe llevarse a cabo allí. En otras palabras, una denominación de origen es un tipo de indicación geográfica que requiere un vínculo especialmente fuerte entre un producto y su lugar de procedencia.

Para más información, véase:
www.wipo.int/geo_indications/es/index.html

activos de propiedad intelectual. ¿Cómo se pueden proteger y promover?

De hecho, el sistema de PI admite diversos usos en relación con productos de un origen geográfico determinado. Las diferentes opciones dependen de las leyes locales, así como de las estrategias empresariales y los recursos de los productores y de los propios productos.

Sin embargo, hay numerosas personas y empresas de muchas regiones y países que explotan inteligentemente la reputación distintiva de su territorio de origen.

Repasemos algunas de estas historias de éxito.

Penja: una pimienta excepcional

La pimienta blanca que crece en el Valle de Penja (Camerún) es un ejemplo clásico de la relación entre el lugar de origen y la calidad del producto.

El suelo volcánico local es rico en minerales y produce un singular grano de pimienta blanco que se ha convertido en un ingrediente de calidad superior y renombre internacional.

Pero por desgracia, la posibilidad de ganar dinero suele atraer a gente sin escrúpulos decidida a llenarse los bolsillos, y Penja fue hasta tiempos recientes víctima de falsificaciones a gran escala.

Productores de bienes de calidad inferior los rotulaban fraudulentamente como pimienta de Penja, en perjuicio de los productores de buena fe y de su preciada reputación.

Todo cambió cuando los productores decidieron proteger el nombre de Penja. Formaron una asociación para crear una serie de normas de producto y registraron la pimienta de Penja ante la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI) como indicación geográfica

protegida; el primer ejemplo de este tipo de protección de la propiedad intelectual en el África subsahariana.

El efecto fue espectacular. Entre 2013 y 2015 se disparó el precio al por mayor de la pimienta de Penja, cuyas ventas se multiplicaron aproximadamente por cinco.

Como era de esperar, también han aumentado el número de productores y el volumen de la producción anual, lo cual indica que la próspera industria local procura actualmente buenos medios de vida a mucha más gente que antes.

Trabajando juntos para proteger sus intereses comunes, los productores de pimienta de Penja han reforzado considerablemente su posición.

Protección de las artesanías de Olinalá

La importancia decisiva del origen geográfico para la calidad del producto no es exclusiva de los alimentos. La reputación de un amplio abanico de productos no alimenticios puede verse reforzada por su localidad de origen.

Hace siglos que la población de la región mexicana de Olinalá elabora objetos maqueados (productos de madera laqueados). Esta tradición sigue viva, como pone de manifiesto la fuerza del sector artesanal de la zona.

Sin embargo, una vez más, los productores locales se vieron amenazados por competidores que se aprovechaban abusivamente de su reputación.

Los artesanos de Olinalá decidieron defenderse. Crearon una asociación que los representara, la Unión de Artesanos Olinca AC (UAO).



Foto: ©Dider Descouens - Own work, CC BY-SA 4.0

Trabajando en colaboración con diversas organizaciones, incluidos representantes de los pueblos indígenas, lograron registrar Olinalá como denominación de origen, una modalidad de protección especial reservada a productos con un nexo particularmente fuerte con su lugar de origen.

Únicamente los productos fabricados a partir de materiales de origen local y estrictamente conformes a las normas artesanales pueden llevar la etiqueta de Olinalá.

Una política ampliada de desarrollo regional ha permitido mejorar significativamente las infraestructuras de transporte, lo que ha facilitado el acceso de la población local a los mercados nacionales e internacionales.

Por otro lado, las iniciativas concertadas de promoción han convertido a los productos artesanales de Olinalá en el sector económico más valioso de la región.

El uso estratégico de la PI ha permitido crear nuevo valor a partir de tradiciones venerables.

El uso estratégico de la PI ha creado nuevo valor a partir de tradiciones venerables.

La protección de las indicaciones geográficas por medio de marcas

Tal como se explica en los estudios de caso de Sri Lanka y Panamá, en algunos países es posible proteger las indicaciones geográficas por medio del sistema de marcas. Hay diferentes maneras de establecer esa protección.

Una **marca colectiva** es propiedad de una asociación o entidad que representa a un grupo de empresas o personas que la utilizan en relación con productos o servicios con ciertas características o normas en común.

También una **marca de certificación** puede ser utilizada para todos los productos y servicios con ciertas características o normas en común. Sin embargo, las marcas colectivas suelen ser propiedad de una asociación que representa a un grupo y su utilización queda reservada a los miembros de dicho grupo, mientras que una marca de certificación pertenece a un órgano de certificación encargado de garantizar el cumplimiento de las normas pertinentes y puede ser utilizada por cualquiera siempre y cuando respete esas normas.

Éxito colectivo del café de Palmira

Al igual que el Valle de Penja en Camerún, Palmira, en la provincia panameña de Chiriquí, cuenta con un rico suelo volcánico.

Palmira cuenta con una producción agrícola muy diversa, pero destaca particularmente por su café. Su altura y el microclima local, así como los nutrientes del suelo, transmiten un aroma especial e intenso al café de la zona. Sus características tenían el potencial de un producto de primera calidad. Pero hasta hace poco, los pequeños productores no disfrutaban de los beneficios de ese valor añadido. No procesaban ni preparaban el café de los granos que cosechaban, sino que los vendían a intermediarios.

Con la ayuda de la OMPI, la Asociación de Cultivadores de Café de Palmira (ACCOR) viene trabajando para mejorar la situación. En 2014, creó la marca colectiva "Café de Palmira", protegida por el sistema de marcas. Controlar la marca brinda mayor poder de negociación y sus ganancias ya se han disparado, pasando de un promedio de apenas un dólar EE.UU. por libra a uno de 7 dólares. Una vez más, la inversión en PI está dando sus frutos.

Convertir el té de Ceilán en símbolo de calidad

Los productores de Sri Lanka, en cambio, han optado por dar un uso ligeramente distinto a su sistema de marcas en pos de la calidad y la reputación de su producto.

El té de Ceilán es conocido por su calidad desde hace siglos y el Gobierno y las empresas de Sri Lanka han invertido en su promoción como marca.

Para luchar contra la falsificación, el té de Ceilán fue registrado en 2010 como marca de certificación y su administración, así como la de otras siete variedades de té regionales relacionadas, fue encomendada a la Junta del Té de Sri Lanka.

La Junta vela por que solo las empresas que venden té de Ceilán al 100% utilicen el prestigioso nombre de la marca e incluyan su imagen distintiva -un león- en el embalaje. Dichas empresas también deben comunicar mensualmente sus ventas, lo que permite a la Junta seguir al detalle la evolución del mercado.

La Junta también ha registrado la marca en muchos territorios extranjeros para proteger sus principales mercados de exportación. Eso puede conllevar costos elevados, pero resulta fundamental, tratándose de uno de los principales exportadores mundiales de té.

Los beneficios generados por el té de Sri Lanka pueden superar los 1.500 millones de dólares EE.UU. por año.

El nombre de Ceilán -como los de Penja, Olinalá y Palmira, entre otros muchos- merece, desde luego, el aprecio que se le tiene.



Foto: iStockphoto © hadnyah

*Únicamente las empresas
que venden té de
Ceilán al 100% pueden
utilizar el prestigioso
nombre de la marca*

*Como demuestran
los resultados de
Nature's Legacy,
la PI es una inversión
muy acertada*

Una innovación grabada en piedra

Una empresa filipina ha incrementado considerablemente sus exportaciones gracias a una combinación de invención técnica y diseño de alta gama.

Nature's Legacy es un éxito en toda regla.

Desde su sede central en la provincia filipina de Cebú la empresa exporta mobiliario para el hogar y accesorios de jardín a todo el mundo.

Sus productos están hechos de materiales sostenibles y tienen un aspecto elegante y a la vez moderno y natural, que ha resultado ser un gran éxito entre los consumidores de muchos países. Nature's Legacy ha generado beneficios de millones de dólares EE.UU. y ha ganado numerosos premios.

Todos estos logros se sustentan en su férrea resolución de innovar, favorecida por una estrategia integral de propiedad intelectual.



Foto: © Nature's Legacy

En busca del material adecuado

Todo empezó en 1996. Los esposos Pete y Cathy Delantar fabricaban objetos tallados a mano en Cebú, con piedras procedentes de la vecina isla de Mactán. El aspecto y el tacto de la piedra los convertía en productos populares para el hogar, pero el trabajo manual constituía una tarea lenta y ardua, y los Delantar no se sentían satisfechos: su producción era reducida y era difícil garantizar una calidad uniforme de los productos.

Fundaron Nature's Legacy con el objetivo de descubrir una fórmula que les permitiera incrementar la producción. Fundamentalmente, era necesario desarrollar actividades de investigación y desarrollo (I+D), en busca de nuevos materiales.

Querían crear un material artificial que recreara el color y la textura distintivos de la piedra de Mactán y se prestara a una producción a escala masiva. Probaron la piedra artificial tradicional fabricada a partir de arena, cemento y agua, pero el producto resultaba demasiado pesado y frágil.

Tenían que innovar. Tras mucho experimentar, descubrieron un método que usaba carbonato de calcio y resina aglutinante para producir un material similar a la piedra de la región que resultaba a la vez liviano y resistente.

Habían dado con la fórmula del éxito. Por fin podían fabricar muebles y objetos ornamentales con la solidez y el atractivo de la piedra natural con costos de producción y transporte más eficientes.

Su capacidad de innovación no se detuvo allí. Gracias a su fuerte inversión en I+D también desarrollaron procesos para crear mármol artificial y un versátil material biodegradable compuesto por desechos forestales reciclados denominado Naturescast®.

Diseños industriales

En el masificado mercado de hoy en día, muchos productos ofrecen la misma funcionalidad básica. Es pues a menudo el atractivo estético de un producto, su imagen y su apariencia, lo que decanta las preferencias de los consumidores. Por eso los diseños pueden constituir una valiosa propiedad intelectual.

En muchas jurisdicciones, los derechos de PI de los diseños industriales están protegidos por ley, pero varían los métodos de protección. En algunos países hay sistemas especiales de registro de diseños industriales; en otros, los diseños están protegidos en virtud de la legislación de derecho de autor; y en otros, en virtud de la legislación de patentes, como "patentes de diseño".

*Para más información, véase:
www.wipo.int/designs/es/index.html*



Foto: © Nature's Legacy

Recientemente, Nature's Legacy ha desarrollado un material de apariencia similar a la piedra caliza y otro producto respetuoso del medio ambiente fabricado a partir de residuos de papel reciclado.

Los modelos de utilidad

Un modelo de utilidad es un derecho de propiedad intelectual reconocido en algunas jurisdicciones. Protege las invenciones y es parecido a una patente. Sin embargo, los requisitos fijados para proteger una invención como modelo de utilidad son menos onerosos que en el caso de las patentes y el período de protección de los modelos de utilidad suele ser más breve que el de las patentes. A veces, los modelos de utilidad son conocidos por otros nombres, como "pequeñas patentes" o "patentes de corta duración".



Foto: © Nature's Legacy

Inversión en PI

Para salvaguardar sus inversiones, Nature's Legacy cuenta con una estrategia integral de protección y explotación de sus derechos de propiedad intelectual.

Sus principales procesos y productos están protegidos por patentes y modelos de utilidad (véase cuadro), no sólo en su país de origen, Filipinas, sino también en sus principales mercados de exportación.

Este proceso puede resultar costoso ya que generalmente hay que pagar tasas por separado en cada país en el que se solicita protección, pero para una empresa como Nature's Legacy, que aspira a vender productos de alta gama en el extranjero, la ventaja competitiva que supone proteger sus invenciones supera los costos.

La empresa recupera parte de su inversión concediendo licencias de algunas de sus patentes a empresas y productos que no amenazan sus intereses comerciales.

También protege otros aspectos de su propiedad intelectual. El nombre de la empresa y de materiales clave como Naturescast® están protegidos como marcas registradas. También están protegidos los diseños de los productos.

Por último, pero no por ello menos importante, Nature's Legacy se preocupa por hacer valer sus derechos de propiedad intelectual y denuncia rigurosamente a los competidores poco éticos que intentan usar sus procesos, productos o terminología protegidos sin autorización.

Es preciso señalar que las medidas de observancia pueden resultar onerosas, pero son necesarias para garantizar a la empresa el control de sus creaciones innovadoras.

Como demuestran los resultados de Nature's Legacy, se trata de una inversión muy acertada.

Un paso adelante



Foto: © soleRebels

Una empresa etíope fabrica calzado artesanal de éxito internacional

Las técnicas artesanales tradicionales pueden servir para hacer buenos negocios en la actual economía mundial.

Esa es la lección que nos da soleRebels, una empresa familiar etíope de calzado artesanal, con gran éxito tanto en su país como en el extranjero.

La empresa se inscribe en la larga historia de la artesanía etíope, que combina con una estética muy contemporánea para producir

zapatos y sandalias hechos a mano, de estilo muy vanguardista y atractivo. También hace un uso libre de materiales locales reciclados, por ejemplo neumáticos usados, y demuestra un compromiso ético muy sólido con su comunidad y la defensa del medio ambiente.

El éxito de las exportaciones de soleRebels's se traduce en mejores salarios para los artesanos locales

Como consecuencia de ello, el resultado son productos asequibles y sostenibles, y una fuerte identidad de marca, que atrae a consumidores con conciencia social tanto en los países desarrollados como en el país.

Artesanías locales para consumidores globales

La empresa soleRebels fue co-fundada en 2005 por Bethlehem Tilahun Alemu con el objetivo de comercializar productos artesanales etíopes en el mercado mundial.

"Nuestro modelo maximiza el desarrollo local, ya que crea una dinámica cadena de suministro local, al tiempo que fabrica un calzado de categoría mundial".

Bethlehem Tilahun Alemu

Hace siglos que los artesanos del país elaboran a mano una serie de productos y soleRebels bebe de esa tradición. Los artículos son cortados y cosidos a mano.

Tradicionalmente, la artesanía ha sido un sector modesto de microempresas que atendían la demanda local, pero la Sra. Alemu se propuso crear una marca capaz de vender a escala mundial.

"Nuestro modelo maximiza el desarrollo local, ya que crea una dinámica cadena de suministro local, y al tiempo fabrica un calzado de categoría internacional, distinguido, cómodo y atractivo", explica.

La empresa reivindica sus credenciales de desarrollo. Se ha comprometido públicamente a observar una serie de principios en materia de salarios y condiciones laborales, entre otras cosas. Así pues, esa decisión conlleva algunos costos, pero también ha demostrado ser una estrategia empresarial inteligente, que contribuye a mantener satisfecha a la mano de obra, así como a atraer a ciertos clientes.

Proteger su buen nombre

Los directivos de soleRebels conocen perfectamente el valor de la propiedad intelectual (PI). Han trabajado duro para poner en pie una marca de éxito y quieren protegerla.

Han registrado "singleRebels" como marca en los principales mercados de exportación, incluidos los Estados Unidos y la Unión Europea, y también protegen sus logotipos y lemas publicitarios.

Han intentado a su vez proteger la presencia de la empresa en Internet registrando los nombres de dominio solerebels.com y solerebelsjapan.com; una medida acertada para quien se proponga vender sus productos en línea.

Valores de marca en un mundo conectado

La empresa soleRebels dispone de una fuerte presencia en línea. Redes sociales como Facebook son elementos esenciales de su estrategia de marketing y sus productos se venden a través de sitios web, como Amazon, y de una red internacional de puntos de venta.

La marca parece, en efecto, hecha a medida para la generación de Internet y cuidadosamente calculada para atraer a un lucrativo nicho mundial de compradores con conciencia social y medioambiental.

Hoy en día, usan y disfrutan las sandalias, los zapatos y las botas de soleRebels clientes de Asia, Europa y Norteamérica. La empresa ha creado cientos de empleos en el país y en el extranjero gracias a su creciente base de exportaciones y gana millones de dólares EE.UU. al año.

Éxitos como este suscitan tanta admiración como competencia, y al igual que cualquier otra empresa, soleRebels tendrá que seguir innovando para sobrevivir.

Ciertamente, está en buena posición para seguir creciendo gracias a su hábil posicionamiento de marca.

Como dice la Sra. Alemu, “cuidar el medio ambiente y preocuparse por los trabajadores nunca pasa de moda”.

El registro de nombres de dominio para proteger la presencia en línea

Los nombres comerciales y de marca pueden constituir valiosos activos de propiedad intelectual. Hace años que están reconocidos por ley, en particular por las leyes nacionales e internacionales destinadas a proteger las marcas y evitar que una empresa utilice la identidad de otra. Sin embargo, ¿qué pasa con el nuevo mundo del comercio digital?

Los nombres de dominio del tipo solerebels.com son direcciones de Internet fáciles de recordar e identificar que se usan habitualmente para buscar sitios web. Es muy importante para una empresa disponer de su propio nombre de dominio que refleje su actividad o su marca. Hay sistemas que permiten registrar nombres de dominio y el registro puede ser clave para desplegar una estrategia eficaz de PI.



Foto: © soleRebels



Dar con las claves del éxito

*Los derechos de
propiedad intelectual
contribuyeron a que
Ananda Computers
rentabilizara su
inversión en innovación*

El empresario de Bangladesh que transformó las posibilidades de la edición y la comunicación en su país

El bengalí es el séptimo idioma más hablado en el mundo. Cuenta con más de 210 millones de hablantes nativos en Bangladesh y la India.

Pero hasta hace relativamente poco tiempo no había una forma sencilla y accesible de mecanografiar el bengalí, por lo que resultaba difícil imprimir y publicar en ese idioma.

Esa circunstancia suponía un tremendo obstáculo para la transmisión de conocimientos entre los hablantes del bengalí pero también una enorme oportunidad de desarrollo.

A finales de la década de 1980, el periodista bengalí Mustafa Jabbar vio esa oportunidad y encontró una solución al problema.

A la vanguardia de la revolución tecnológica

El Sr. Jabbar comprendió las posibilidades que ofrecía la tecnología informática para transformar el mundo de la edición y se propuso crear una nueva interfaz en bengalí.

Quería crear una forma fácil de teclear el bengalí usando el diseño estándar del teclado "qwerty", pero era una tarea difícil. El alfabeto bengalí tiene 50 letras, así como caracteres compuestos y vocales adicionales.

Sin embargo, después de un año y medio de intenso trabajo, lo logró. Había nacido Bijoy, una combinación del modelo de teclado y tipos diseñados por el Sr. Jabbar y el *software* desarrollado por un programador local.

La protección de las obras creativas por medio del derecho de autor

Eso ocurría en 1988, en una época en la que pocos anticipaban el alcance de la revolución de la computadora personal. El Sr. Jabbar era uno de esos pocos adelantados, y la empresa que fundó, Ananda Computers, estaba bien posicionada para sacar partido de la revolución de la computadora personal.

La elección del nombre Bijoy, que significa "victoria" en bengalí, resultó atinada. El uso de la interfaz creció al compás del uso de computadoras entre los hablantes del bengalí. El *software* original, que solo funcionaba con Apple Macintosh, fue incorporado a un paquete compatible con Microsoft Windows en 2003, y la empresa ha generado desde entonces numerosas versiones actualizadas y perfeccionadas.

La defensa de su posición

El *software* de Bijoy es muy usado hoy en día y Ananda Computers se ha beneficiado no sólo de su venta, sino también de los acuerdos de licencia alcanzados con los fabricantes de teclados que incorporan el tipo Bijoy, que le generan regalías.

Nada de ello hubiera sido posible si no hubiera protegido y explotado sus derechos de propiedad intelectual. El *software* Bijoy está protegido por derechos de autor y la protección de derechos de autor del modelo original de teclado se complementó con la protección por patente de una edición posterior.

Por otro lado, el Sr. Jabbar no descuida la protección de su imagen comercial y dispensa protección de marca a los nombres y logotipos de sus productos.

El derecho de autor es uno de los tipos de derechos de propiedad intelectual más utilizados. Protege una enorme gama de obras literarias, artísticas y científicas. Abarca creaciones artísticas como las novelas, los poemas, las pinturas y las películas, pero también obras mucho más funcionales. El etiquetado, el embalaje y las instrucciones de uso de un producto pueden estar protegidos por derechos de autor. En muchos países, la protección del derecho de autor es extensible a los programas informáticos, como en el caso de Bijoy.

Para más información, véase:
www.wipo.int/copyright/es/index.html

Gracias a la protección de sus derechos de PI, Ananda Computers ha podido obtener un rendimiento razonable de su inversión en innovación; rendimiento que, a su vez, le ha asegurado una sólida base financiera para seguir invirtiendo en innovación y desarrollo.

Ocasionalmente, la protección ha incluido la adopción de medidas contra infracciones.

Por desgracia, la piratería de *software* está muy extendida, pero Ananda Computers se apuntó una importante victoria en 2010 al convencer a una empresa competidora que dejara de distribuir una aplicación gratuita ("freeware") que era una copia casi exacta de Bijoy.

También tuvo que enfrentarse a competidores inescrupulosos que importaban teclados de formato Bijoy sin autorización, pero presionó con éxito a las autoridades aduaneras para que acabaran con ese problema.

Otra victoria de Bijoy.



Después de 25 años de rápido crecimiento, la gigantesca industria cinematográfica nigeriana está a punto de cambiar

Nollywood: el siguiente episodio

*Para que Nollywood
siga creciendo, es
crucial que se adopten
nuevas disposiciones
en relación con la PI*

El éxito puede engendrar sus propias dificultades. Es lo que le ha pasado a la industria cinematográfica nigeriana.

En la década de 1990, "Nollywood" creció hasta convertirse en el tercer centro cinematográfico del mundo en tamaño, después de Hollywood (Estados Unidos) y Bollywood (India).

Ese asombroso crecimiento se cimentó en condiciones singulares de financiamiento, producción y distribución de películas, que permitieron que la industria se desarrollara a un ritmo vertiginoso.

Pero ha llegado la hora del cambio. El modelo de producción cinematográfica de Nollywood, que tantos éxitos le brindó en sus inicios, debe adaptarse para que la industria pueda madurar.

Por encima de todo, es esencial tomar nuevas disposiciones en relación con la propiedad intelectual (PI).

Probar la propiedad del derecho de autor

El derecho de autor constituye una modalidad atípica de propiedad intelectual, ya que por lo general se genera automáticamente al crearse o publicarse una obra creativa. No es necesario que el creador de la obra pase por un proceso formal de registro para adquirir derechos sobre ella.

Esto resulta conveniente ya que los creadores pueden evitar el gasto y el esfuerzo que inicialmente conlleva, por ejemplo, patentar una invención. Ahora bien, también presenta un posible inconveniente, ya que no siempre resultará obvio determinar quién es el propietario de una obra protegida por derechos de autor, especialmente en el caso de obras como las películas, que comprenden varias contribuciones creativas. Por esa razón, puede ser muy importante para los creadores que documenten con claridad sus derechos sobre una obra y acaso les convenga buscar asesoramiento jurídico a este respecto desde una fase temprana.



Foto: © Andrew Esobu/Panos

La fórmula del éxito: rápido y barato

La clave del éxito de Nollywood en la década de 1990 fue la adopción entusiasta e imaginativa de la tecnología digital por los cineastas locales.

En Nigeria existía una vibrante tradición cinematográfica desde hacía décadas, en muchos de los idiomas autóctonos del país, pero la aparición de las cámaras digitales hizo posible un nuevo enfoque.

Era posible rodar y editar películas digitales a un costo mucho menor que las películas de celuloide tradicionales. En Nigeria, muchos directores independientes aprovecharon la oportunidad para producir sus propias películas, a menudo financiadas por medio de ahorros personales o préstamos. Los actores estaban dispuestos a trabajar con flexibilidad, rapidez y salarios relativamente bajos, maximizando así las ventajas de la nueva tecnología.

Una película podía producirse íntegramente en un par de meses y con un presupuesto que equivalía a una ínfima fracción de lo que hubiera costado en Hollywood.

Las tecnologías digitales también ofrecían una forma de distribución sumamente efectiva. En vez de proyectarse en cines, las películas se vendían en DVD para consumo doméstico.

La prosperidad económica y la riqueza cultural

Suele considerarse que la nueva era empezó en 1992 con el estreno de la película *Living in Bondage*, de Chris Obi-Rapu, un éxito arrollador que suscitó numerosas imitaciones.

El crecimiento de la industria digital fue vertiginoso. Apenas una década más tarde, se estimaba que Nollywood producía cerca de 150 largometrajes al año y generaba ganancias anuales de entre 200 y 300 millones de dólares EE.UU.

Su impacto cultural fue tan importante como el económico. La distribución estaba dominada por las ventas de videos caseros en el inmenso mercado nacional, pero también los DVD ganaron popularidad en toda África y entre su diáspora. Eran películas hechas por y para africanos.



Foto © Jacob Silberg/Panos

Para evolucionar, Nollywood necesita desarrollar su enfoque de la PI

Obstáculos al crecimiento futuro

Pero 25 años después de *Living in Bondage*, son muchos los que creen que la industria cinematográfica nigeriana necesita cambiar para realizar su potencial. El mismo sistema informal y flexible de producción y distribución que le permitió crecer tan rápidamente puede dificultar su desarrollo futuro.

Por un lado, la fórmula de producción rápida y barata de Nollywood puede en ocasiones dar pie a productos de baja calidad poco atractivos para el público internacional.

Asimismo, el sistema de distribución basado exclusivamente en el formato DVD tiene sus defectos, así como sus virtudes. Una porción reducida de los beneficios de

las ventas van a los productores de las películas, principalmente porque el fenómeno de la piratería está muy extendido.

Pasar al siguiente nivel

Para evolucionar, Nollywood necesita desarrollar su enfoque de la propiedad intelectual. La producción cinematográfica debe ajustarse a un patrón más empresarial, con contratos formales que aclaren quién posee los derechos de cada película.

De este modo se brindará a los inversores el nivel de confianza y seguridad que necesitan para implicarse en la financiación a mayor escala, lo que a su vez permitirá mejorar la calidad técnica y ampliar el mercado de las películas.

Por su parte, la distribución debe superar la dependencia del DVD y explorar otros cauces como la transmisión en continuo y a la carta. Un mayor grado de competencia entre los diferentes canales de distribución fortalecerá la posición negociadora de los productores de cine y, por consiguiente, incrementará la cantidad de dinero que vuelve a la industria.

Ya hay señales de cambio alentadoras. La Comisión de Derecho de Autor de Nigeria está intentando reprimir la piratería, espoleada por la industria cinematográfica. Los organismos públicos están invirtiendo en capacitación y promoción de películas. Y empresas como la plataforma de *streaming* de vídeo iROKOTv están abriendo la distribución.

El asombroso crecimiento experimentado por Nollywood en las últimas décadas bien podría no ser más que el principio de una experiencia aún más exitosa.

Sobre la OMPI

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es el foro mundial de servicios, políticas, información y cooperación en materia de propiedad intelectual. Nuestro objetivo es que la PI funcione en beneficio de todos. Nuestro compromiso con el desarrollo está presente en todo lo que hacemos, y contamos con un amplio abanico de programas e iniciativas destinados a ayudar a los países en desarrollo, los países menos adelantados y su población a materializar las ventajas que ofrece el sistema internacional de PI a la sociedad.

Pueden encontrar mucha más información sobre la labor de la OMPI y la propiedad intelectual en el sitio web de la OMPI:
www.wipo.int/portal/es/index.html

Referencias protegidas por derecho de autor para imágenes utilizadas en la portada:

- 1 – © Karin Schermbrucker, cortesía de mothers2mothers
- 2 – © Rolex Awards
- 3 – © CIPLA
- 4 – © Nature's Legacy
- 5 – iStockphoto/© hadynyah
- 6 – © Rolex Awards/Marc Latzel
- 7 – © Braden Summers/Getty Images
- 8 – © soleRebels





Organización Mundial
de la Propiedad Intelectual
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Tel.: +41 22 338 91 11
Fax.: +41 22 733 54 28

Para los datos de contacto
de las oficinas de la OMPI
en el exterior, visite:
www.wipo.int/about-wipo/es/offices/

© OMPI, 2017



Atribución de licencia 3.0
IGO (CC BY 3.0 IGO)

La licencia de CC no se aplica al contenido de
la presente publicación que no sea de la OMPI.