

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Decimosexta sesión
Ginebra, 9 a 13 de noviembre de 2015

RESUMEN DE LA GUÍA SOBRE COMERCIALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL P.I.

*preparado por el Sr. Gary N. Keller, Director General de Xomix Ltd, Chicago (Estados Unidos de América)*¹

1. El presente documento contiene un resumen de la Guía sobre comercialización de la propiedad intelectual (P.I.), preparada en el contexto del proyecto sobre *Estructura de apoyo a la innovación y la transferencia de tecnología para las instituciones nacionales de P.I.* (CDIP/3/INF/2). La Guía ha sido preparada por el Sr. Gary N. Keller, Director General de Xomix Ltd, Chicago (Estados Unidos de América).

2. *Se invita al CDIP a tomar nota de la información contenida en el presente documento.*

¹ Las opiniones expresadas en el estudio corresponden a los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni de los Estados miembros de la Organización.

RESUMEN

La innovación y la propiedad intelectual dan impulso a la economía en el mundo contemporáneo. Esos sectores son poderosos motores del crecimiento económico y el fomento de la prosperidad, no solo en algunos países, sino en todo el mundo. El CDIP de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) trabaja para ampliar la colaboración en la innovación, sin importar los límites geográficos. La presente Guía responde a una de las recomendaciones clave relacionadas con la asistencia técnica y el fortalecimiento de capacidades formulada por el CDIP. Durante la reunión inaugural de LES-Países Árabes, celebrada en Riad (Arabia Saudita) del 24 al 26 abril 2012, comenzó la elaboración de la Guía sobre comercialización de la propiedad intelectual (P.I.), que se preparó posteriormente bajo la dirección general de Ali Jazairy, Consejero Principal de la División de Cooperación Internacional, Sector de Patentes y Tecnología, OMPI.

La comercialización de la P.I. es el eje de la presente Guía, en la que se destaca asimismo el proceso de transformación de las invenciones que surgen del ámbito académico en productos comerciales, dando origen a empresas emergentes. Las universidades están entre las principales, e incipientes, fuentes de nuevos conocimientos y tecnologías y desempeñan un papel importante en la innovación tecnológica, la transferencia de tecnología y la comercialización de los derechos de P.I. que surgen de las actividades de investigación y desarrollo. Se pretende que la presente Guía sirva de recurso primario para los países en desarrollo y países emergentes al pasar de la etapa de descubrimiento a la de comercialización de ideas y tecnologías.

La comercialización de la P.I. equivale a ganar dinero a partir de las propias ideas. En sí, una idea no tiene valor si no se transforma en un objeto tangible de probada utilidad, un producto que otros estén dispuestos a pagar para utilizar, ver, leer, reconocer o escuchar. Definimos la comercialización de la P.I. como un conjunto indisoluble de actividades y actos encaminados a la protección, la gestión, la evaluación, el desarrollo y la creación de valor en relación con las ideas, invenciones e innovaciones, para llevarlas a la práctica. Los prototipos y los procedimientos utilizados permiten a los empresarios, las empresas emergentes, las empresas existentes y los gobiernos crear productos y servicios, con los consiguientes beneficios económicos y sociales.

En la transformación de tecnologías a partir de los resultados de la investigación obtenidos en instituciones académicas ha sido fuente de invenciones y productos y ha dado origen a empresas desde que existen la investigación en el ámbito universitario y los empresarios. La comercialización de tecnologías, transformándolas en productos y empresas que llevan esos productos al mercado gracias a los derechos de propiedad intelectual exige un conjunto indisoluble de actividades encaminadas a seguir afinando, a probar y mejorar esas invenciones. Este compendio de información y estudios de casos está ideado para servir de guía con el fin de que los resultados de la investigación se desarrollen por el camino adecuado para llegar a una licencia, una empresa emergente o una empresa derivada de base tecnológica.

Más allá de las cuestiones que se refieren a algunas de las dimensiones propias de una tecnología y sus correspondientes derechos de propiedad intelectual, la infraestructura de apoyo al desarrollo de una masa crítica de empresas es fundamental para acelerar el índice de comercialización. En la Guía se definen los términos, los procesos y las metodologías de comercialización de las invenciones surgidas en el ámbito universitario, los resultados de la investigación y los conocimientos especializados, al igual que los procesos desarrollo y financiación en colaboración destinados a llevarlos a buen puerto.

La Guía fue preparada junto con un equipo estable de asesores, redactores, revisores y editores. Agradecemos a todos los que respaldaron esta compilación de conocimientos y

recursos en aras del desarrollo de nueva infraestructura y como un medio más de difusión de los recursos puestos a disposición por la OMPI para respaldar la transferencia de conocimientos, el cambio tecnológico y la incidencia económica.

[Fin del documento]