

## **Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)**

**Vigésimosegunda sesión**  
**Ginebra, 19 a 23 de noviembre de 2018**

### **CÁLCULO ACTUALIZADO DE COSTOS DE LA HOJA DE RUTA PARA PROMOVER LA UTILIZACIÓN DEL FORO DE INTERNET CREADO EN EL MARCO DEL “PROYECTO SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA: DESAFÍOS COMUNES Y BÚSQUEDA DE SOLUCIONES” USANDO LAS PLATAFORMAS EXISTENTES**

*Documento preparado por la Secretaría*

1. Durante su decimoctava sesión, celebrada del 31 de octubre al 4 de noviembre de 2016, el Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP) acordó proseguir con los puntos 1, 2, 3, 4 y 6 de la propuesta conjunta de las Delegaciones de los Estados Unidos de América, Australia y el Canadá relativa a las actividades de transferencia de tecnología que figuran en el Anexo I del documento CDIP/18/6 Rev.1. El párrafo 4 de la propuesta aprobada dice así:

“Proponemos que la Secretaría fomente la utilización del foro en Internet creado en el marco del “Proyecto sobre propiedad intelectual y transferencia de tecnología: desafíos comunes y búsqueda de soluciones”, por ser una herramienta útil para que los Estados miembros formulen preguntas o expongan cuestiones relacionadas con la transferencia de tecnología. La Secretaría debería crear además un enlace al foro en Internet accesible desde la página web de la OMPI sobre transferencia de tecnología (como se señala en el punto 1”.

2. Durante su vigésima sesión, celebrada del 27 de noviembre al 1 de diciembre de 2017, el Comité examinó la hoja de ruta para promover la utilización del foro de Internet creado en el marco del “Proyecto sobre propiedad intelectual y transferencia de tecnología: desafíos comunes y búsqueda de soluciones”, contenida en el documento CDIP/20/7 y solicitó a la Secretaría que preparase una estimación de los costos necesarios para ejecutar las medidas posibles que se indican en la hoja de ruta.

3. Durante su vigésima primera sesión, celebrada del 14 al 18 de mayo de 2018, el Comité examinó los costos correspondientes a la hoja de ruta para promover la utilización del foro de Internet creado en el marco del “Proyecto sobre propiedad intelectual y transferencia de tecnología: desafíos comunes y búsqueda de soluciones”, contenidos en el documento CDIP/21/6, y solicitó a la Secretaría que revisara la hoja de ruta y los costos correspondientes, en caso de usarse una plataforma existente como la plataforma de medios sociales de los CATI (eTISC) de la OMPI.

4. El Anexo del presente documento contiene la revisión de la hoja de ruta para promover la utilización del foro de Internet creado en el marco del “Proyecto sobre propiedad intelectual y transferencia de tecnología: desafíos comunes y búsqueda de soluciones” con la lista correspondiente de medidas posibles y los costos actualizados sobre la base de la ejecución de esas medidas utilizando la plataforma eTISC de la OMPI.

*5. Se invita al CDIP a examinar la información contenida en el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]

1. En la hoja de ruta para promover la utilización del foro de Internet creado en el marco del “Proyecto sobre propiedad intelectual y transferencia de tecnología: desafíos comunes y búsqueda de soluciones” se indican las siguientes medidas posibles para promover la utilización del foro de Internet creado en el marco del Proyecto de la Agenda para el Desarrollo sobre propiedad intelectual y transferencia de tecnología: “Desafíos comunes y búsqueda de soluciones”:

*Posible medida 1:* En primer lugar, evaluar la audiencia objetivo, identificar las ofertas de valor para esta y los servicios que compiten con el foro en internet, así como analizar la experiencia del usuario en el foro en internet.

*Posible medida 2:* En segundo lugar, desarrollar una estrategia sobre los contenidos basada en el análisis y examen de la experiencia del usuario con arreglo a la medida 1, teniendo en cuenta las actividades y capacidades existentes en la OMPI, así como la evaluación de la necesidad de recursos adicionales. La estrategia sobre los contenidos podría identificar tipos específicos de contenidos elaborados por profesionales para el foro en internet y contenidos producidos por usuarios destinados a aumentar el atractivo del foro, así como vínculos entre ambos tipos de contenidos. La estrategia sobre los contenidos también podría abordar aspectos tales como la forma (incluido el lenguaje, tono y normas sociales) y el esquema de las funciones y los flujos de trabajo necesarios.

*Posible medida 3:* En tercer lugar, establecer los medios técnicos necesarios para la implantación efectiva de la estrategia sobre los contenidos con arreglo a la medida 2 y garantizar una gestión eficiente de los usuarios y los contenidos, así como identificar plataformas que satisfagan esos requisitos teniendo en cuenta los recursos y capacidades existentes en la OMPI.

*Posible medida 4:* En cuarto lugar, implantar la plataforma con arreglo a la medida 3 y trazar la estrategia sobre los contenidos con arreglo a la medida 2.

*Posible medida 5:* En quinto lugar, desarrollar una estrategia de comunicación y promoción que identifique canales efectivos que permitan alcanzar a segmentos de la audiencia objetivo identificados por la medida 1 y determinar medidas específicas, por ejemplo, establecer enlaces con páginas web y realizar campañas basadas en correos electrónicos y redes sociales. Una medida que ya se ha tomado es la inclusión de un enlace al foro en internet en la página web “Apoyo a la tecnología y a la transferencia de conocimientos”.

*Posible medida 6:* En sexto lugar, identificar alianzas con organizaciones que hayan establecido comunidades relacionadas con la transferencia de tecnología para atraer usuarios al foro en internet y mejorar los servicios ofrecidos por el mismo.

2. Existe la opción de omitir tanto el establecimiento de los medios técnicos necesarios, como la identificación de las plataformas que satisfagan esos requisitos, es decir las acciones contempladas en la medida 3. La plataforma que se implantaría según lo previsto en la medida 4 sería una plataforma de medios sociales específica que ya existe y que la OMPI utiliza, a saber, la plataforma de medios sociales de los CATI (eTISC).

3. La aplicación de esta opción supondría la eliminación del costo de ejecución de la medida 3, aunque podría conllevar restricciones respecto de: i) la capacidad de la plataforma implantada con arreglo a la medida 4 de responder a los resultados de la evaluación y el análisis de la experiencia del usuario contemplados en la medida 1; y ii) los tipos específicos de contenidos elaborados por profesionales identificados en la estrategia de contenido según se describe en la medida 2. Estas restricciones estarían impuestas por las limitadas opciones disponibles para adaptar la plataforma eTISC.

4. Conforme con la medida 4, la implantación de esa plataforma consistiría en adaptar la plataforma eTISC, dentro del limitado alcance de esta última, teniendo en cuenta los resultados de la evaluación y el análisis de la experiencia del usuario, según se contempla en la medida 1, y la estrategia de contenido prevista en la medida 2.

5. La hoja de ruta revisada incluiría entonces las siguientes posibles medidas:

*Posible medida 1:* En primer lugar, evaluar la audiencia objetivo, identificar las ofertas de valor para esta y los servicios que compiten con el foro en internet, así como analizar la experiencia del usuario en el foro en internet.

*Posible medida 2:* En segundo lugar, desarrollar una estrategia sobre los contenidos basada en el análisis y examen de la experiencia del usuario con arreglo a la medida 1, teniendo en cuenta las actividades y capacidades existentes en la OMPI, así como la evaluación de la necesidad de recursos adicionales. La estrategia sobre los contenidos podría identificar tipos específicos de contenidos elaborados por profesionales para el foro en internet y contenidos producidos por usuarios destinados a aumentar el atractivo del foro, así como vínculos entre ambos tipos de contenidos, teniendo en cuenta las limitadas opciones de adaptación de las que dispone la plataforma eTISC. La estrategia sobre los contenidos también podría abordar aspectos tales como la forma (incluido el lenguaje, tono y normas sociales) y el esquema de las funciones y los flujos de trabajo necesarios.

*Posible medida 3:* En tercer lugar, adaptar la plataforma eTISC y aplicar la estrategia de contenido conforme con lo establecido en la medida 2.

*Posible medida 4:* En cuarto lugar, desarrollar una estrategia de comunicación y promoción que identifique canales efectivos que permitan alcanzar a segmentos de la audiencia objetivo identificados por la medida 1 y determinar medidas específicas, por ejemplo, establecer enlaces con páginas web y realizar campañas basadas en correos electrónicos y redes sociales.

*Posible medida 5:* En quinto lugar, identificar alianzas con organizaciones que hayan establecido comunidades relacionadas con la transferencia de tecnología para atraer usuarios al foro en internet y mejorar los servicios ofrecidos por el mismo.

6. El costo de ejecutar la medida 3, más precisamente, realizar la plataforma, podrá ser estimado exclusivamente una vez que se haya culminado la medida 2, es decir, establecer los medios técnicos necesarios para ejecutar debidamente la estrategia de creación de contenidos, debido a la interdependencia de las tareas. Caben varias opciones posibles para crear la plataforma, cada una de las cuales difiere notablemente en lo que respecta a los recursos que son necesarios.

7. El costo de mantener el resultado de la medida 4, o sea, realizar actividades de comunicación y promoción, podrá ser estimado exclusivamente una vez que se haya culminado la medida 4, es decir, trazar la estrategia de comunicación y promoción. La magnitud de las actividades de comunicación y promoción puede diferir notablemente según la estrategia de comunicación y promoción, igual que las necesidades de recursos correspondientes a la ejecución de dichas actividades.

8. El costo de ejecutar la medida 5, esto es buscar (y formalizar) alianzas de colaboración en lo que respecta a los contenidos, plataformas, y comunicación y promoción, podrá ser estimado exclusivamente una vez que se hayan culminado las medidas 2 y 4, es decir, respectivamente, trazar la estrategia de creación de contenidos y trazar la estrategia de

comunicación y promoción. La magnitud y naturaleza de dichas alianzas de colaboración se determinará según el valor añadido que aporten las alianzas en lo que respecta a respaldar la creación de contenidos, la realización de la plataforma y la comunicación y promoción.

9. Las antedichas medidas posibles harán necesaria la contratación de expertos externos en el campo del análisis, la estrategia y la creación de contenidos digitales, y se calculan en 90.000 francos suizos los recursos necesarios a su ejecución, que se espera se llevará a cabo en 12 meses desde la fecha de aprobación del proyecto.

1. RECURSOS TOTALES POR RESULTADO <sup>1</sup>

Productos del proyecto	<i>(Francos suizos)</i>		
	Personal	No relativos a personal	Total
Estudio de los destinatarios (destinatarios y demandas)	-	17.500	17.500
Estudio de los servicios de la competencia	-	17.500	17.500
Evaluación de la experiencia de usuario	-	15.000	15.000
Estrategia de creación de contenidos con muestra del contenido	-	17.500	17.500
Mejora del contenido	Se determinará una vez culminada la estrategia de creación de contenidos		
Adaptación de la plataforma del foro de Internet	Se determinará una vez culminado el análisis de la experiencia del usuario		
Estrategia de comunicación y promoción	-	22.500	22.500
Comunicación y promoción	Se determinará una vez culminada la estrategia de comunicación y promoción		
Alianzas de colaboración	Se determinará una vez culminada la estrategia de creación de contenidos (para colaborar en lo que respecta a los contenidos) y la estrategia de comunicación y promoción (para colaborar en lo que respecta a la comunicación y promoción)		
<b>Total</b>	-	90.000	90.000

<sup>1</sup> Los recursos no se previeron inicialmente en el presupuesto por programas de 2018/2019.

2. RECURSOS NO RELATIVOS A PERSONAL POR CATEGORÍA DE GASTO <sup>2</sup>

Productos del proyecto	<i>(Francos suizos)</i>					Total
	Viajes y becas		Servicios contractuales			
	Misiones del personal	Viajes de terceros	Publicaciones	Servicios contractuales individuales	Otros servicios contractuales	
Estudio de los destinatarios (destinatarios y demandas)	-	-	-	-	17.500	17.500
Estudio de los servicios de la competencia	-	-	-	-	17.500	17.500
Evaluación de la experiencia de usuario	-	-	-	-	15.000	15.000
Estrategia de creación de contenidos con muestra del contenido	-	-	-	-	17.500	17.500
Mejora del contenido	Se determinará una vez culminada la estrategia de creación de contenidos					
Adaptación de la plataforma del foro de Internet	Se determinará una vez culminado el análisis de la experiencia del usuario					
Estrategia de comunicación y promoción	-	-	-	-	22.500	22.500
Comunicación y promoción	Se determinará una vez culminada la estrategia de comunicación y promoción					
Alianzas de colaboración	Se determinará una vez culminada la estrategia de creación de contenidos (para colaborar en lo que respecta a los contenidos) y la estrategia de comunicación y promoción (para colaborar en lo que respecta a la comunicación y promoción)					
<b>Total</b>	-	-	-	-	90.000	90.000

<sup>2</sup> Los recursos no se previeron inicialmente en el presupuesto por programas de 2018/2019.

3. PLAZO DE EJECUCIÓN

Actividades	Trimestres 2018				Trimestres 2019				Trimestres 2020			
	1º	2º	3º	4º	1º	2º	3º	4º	1º	2º	3º	4º
Contratación de expertos en comunicación digital				X								
Estudio de los destinatarios (destinatarios y demandas)					X	X						
Estudio de los servicios de la competencia					X	X						
Evaluación de la experiencia de usuario					X	X						
Estrategia de creación de contenidos con muestra del contenido							X	X				
Mejora del contenido									X	X		
Examen de la plataforma del foro de Internet									X	X		
Estrategia de comunicación y promoción							X	X				
Alianzas de colaboración									X	X	X	

[Fin del Anexo y del documento]