

Ginebra, febrero de 2002

## AVANZA LA LABOR EN TORNO A NUEVAS CUESTIONES MUNDIALES



## PROTECCIÓN DE LA CULTURA TRADICIONAL EN CHINA



## FUNCIÓN DE LAS MARCAS EN LA COMERCIALIZACIÓN



## Mensaje del Director General



A punto de concluir este año, y en los albores del año 2002, quiero expresar en nombre de la OMPI y de su personal, mis mejores deseos para todos. Los comienzos de año son siempre un momento idóneo para reflexionar sobre los desafíos que nos depara el futuro

En la Declaración Mundial sobre la Propiedad Intelectual aprobada con ocasión del nuevo milenio por la Comisión Asesora en materia de Políticas, de la OMPI, se afirma lo siguiente:

“Los derechos de propiedad intelectual son un elemento esencial en el empeño de responder al imperativo de desarrollo para todos, que al final del siglo XX es la responsabilidad universal más importante que se plantea a la humanidad”.

Uno de los mayores desafíos a los que la OMPI debe responder hoy es traducir en hechos concretos el potencial que ofrece la propiedad intelectual como herramienta de desarrollo económico.

La propiedad intelectual será un importante motor del crecimiento económico en el siglo XXI. Asociada al desarrollo del capital humano, se traducirá en una sociedad bien preparada, competente y motivada y en una dinámica combinación al servicio de la creatividad y la innovación, la generación de ingresos, la promoción de inversiones, el enriquecimiento cultural, la prevención de la “fuga de cerebros”, y el impulso de la salud económica.

Ahora bien, pese a la importancia de la propiedad intelectual para la creación de riqueza y el desarrollo económico, sigue acusándose una brecha entre naciones desarrolladas y naciones en desarrollo por lo que respecta a la titularidad y el uso de activos de propiedad intelectual. Las causas no deben buscarse en una falta inherente de creatividad o innovación sino en la escasez de información difundida sobre la propiedad intelectual y su potencial como instrumento al servicio del crecimiento económico. Si todas las naciones y sus dirigentes tomaran las medidas necesarias para integrar las políticas estratégicas de propiedad intelectual en sus planes de creación de riqueza, en pocos decenios disminuiría el actual desfase entre las economías basadas en los activos que ofrecen los conocimientos y el resto del mundo.

Por otro lado, en algunos sectores de los países desarrollados se aprecia también una falta de conciencia acerca de la función que desempeña la propiedad intelectual en la creación de riqueza. Aunque no faltan las empresas que recurren a las herramientas de propiedad intelectual, otras tantas, en particular, las pequeñas y medianas (PYME) no siempre cuentan con la información necesaria para ello. De ahí que la OMPI haya decidido proseguir la campaña que inició el año pasado para desmitificar la propiedad intelectual y ponerla al alcance de todos.

En su empeño por dar a conocer la propiedad intelectual, la OMPI se esfuerza por poner en evidencia cómo funciona el sistema en la práctica, qué papel desempeña la propiedad intelectual en el fomento de las inversiones y cómo repercute en el valor de las cosas, qué vínculos existen entre las invenciones y las políticas de investigación, de qué forma respaldan las políticas de propiedad intelectual la industria cultural, qué entraña el desarrollo de la marca (*branding*) y la concesión de licencias en el ámbito de las marcas, de qué forma pueden crearse incentivos respecto del desarrollo de activos de propiedad intelectual, cómo se gestionan los activos de propiedad intelectual, de qué forma incide la concesión de licencias en la difusión de información y en una toma de conciencia acerca de la importancia de la propiedad intelectual, cómo puede protegerse la propiedad intelectual y otras cuestiones de gran interés para los dirigentes políticos y empresariales.

Todos esos elementos constituyen una parte importante de la misión de la OMPI y es menester tenerlos presentes a lo largo de los próximos meses.

La OMPI publicará en breve un libro sobre la propiedad intelectual y su incidencia en el desarrollo económico. Escrito en lenguaje llano, y basado en ejemplos prácticos de numerosos países, que ilustran la importancia de la propiedad intelectual, el libro lleva por título: **“La propiedad intelectual al servicio del crecimiento económico. De la retórica del compromiso universal a la realidad del logro universal.”** En la página “Mensaje del Director General” del sitio Web de la OMPI ([www.OMPI.int](http://www.OMPI.int)) figura una reseña del libro.

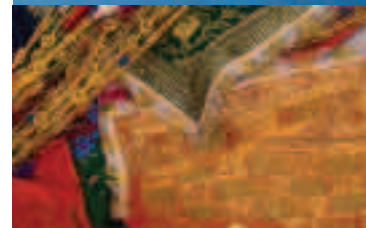
Así pues, la labor a la que debe hacer frente la OMPI ofrece interesantes perspectivas. El éxito que tenga la Organización a la hora de responder a esos desafíos dependerá de la medida en que sus miembros, y los grupos de la sociedad civil, las instituciones académicas, las empresas y los ciudadanos hagan suyo ese objetivo.

Dr. Kamil Idris  
Director General de la OMPI



# Índice

- 2** ▶ **Evolución de los nombres de dominio plurilingües**
- 4** ▶ **Avanza la labor en torno a nuevas cuestiones mundiales**
- 4** ▶ **Continúan los esfuerzos para armonizar el Derecho marcario**
- 5** ▶ **Presentada la solicitud N° 100.000 del PCT**
- 6** ▶ **Nombres de dominio: demandas presentadas en el Centro de Arbitraje**
- 7** ▶ **Promoción de la propiedad intelectual en las administraciones públicas**
- 8** ▶ **Protección de la cultura tradicional en China**
- 9** ▶ **Libros**  
Evaluación de los "Tratados Internet"
- 10** ▶ **La propiedad intelectual y las empresas**  
Función de las marcas en la comercialización
- 12** ▶ **Promoción de las indicaciones geográficas en el Brasil**
- 14** ▶ **Calendario de reuniones**
- 15** ▶ **Nuevas publicaciones**
- 16** ▶ **Conferencia sobre el Sistema Internacional de Patentes**



Ginebra,  
Febrero de 2002

# EVOLUCIÓN DE LOS NOMBRES DE DOMINIO PLURILINGÜES



La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y la OMPI, en asociación con el *Multilingual Internet Names Consortium* (MINC), organizaron conjuntamente un Simposio que pasó en reseña cuestiones técnicas, jurídicas y normativas en relación con la ampliación del espacio de nombres de dominio a fin de dar cabida al uso de caracteres de idiomas que no utilizan el alfabeto latino. Los participantes en el Simposio, que se celebró en Ginebra en diciembre y reunió a representantes de la comunidad de Internet y de círculos jurídicos, así como a encargados de formulación de políticas y representantes gubernamentales, debatieron también acerca de la función de la propiedad intelectual en esa evolución.

Se calcula que hacia 2003, dos tercios de los usuarios de Internet serán personas que no utilizan el idioma inglés; sin embargo, muchos de esos posibles usuarios se toparán con una barrera, pues para los nombres de dominio de Internet se utiliza un conjunto limitado de caracteres latinos, usados habitualmente para escribir en inglés. “Los hablantes nativos de árabe, chino, japonés, coreano, tamil, thai y otros idiomas se encuentran en desventaja”, dijo Roberto Blois, Vicesecretario General de la UIT. “La naturaleza mundial de Internet hace indispensable el diálogo internacional si se quiere hallar una solución universal al problema”.

El Sr. Francis Gurry, Subdirector General de la OMPI, subrayó este punto y señaló que “la igualdad de acceso a los valiosos recursos que ofrece Internet es una cuestión de importancia fundamental para la comunidad internacional y es una preocupación clave de las organizaciones internacionales intergubernamentales, como la UIT y la OMPI”. El Sr. Gurry dijo que, si bien la expansión del espacio de nombres de dominio supone mejores oportunidades para los usuarios legítimos, también ofrece nuevas

oportunidades a los ocupantes ilegítimos del ciberespacio. “Queremos garantizar que esa expansión no tenga lugar a costa de nadie”, añadió.

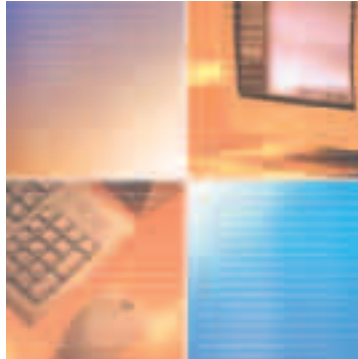
## Problemas de un sistema plurilingüe

Los usuarios de Internet pueden navegar con mayor facilidad gracias al sistema de nombres de dominio, que establece una correspondencia entre el nombre de dominio, de fácil utilización, y su correspondiente dirección numérica de Protocolo de Internet. El registro de un nombre de dominio, ya sea en un dominio genérico de nivel superior (gTLD) o en un dominio de nivel superior correspondiente a código de país (ccTLD), ofrece una presencia mundial que garantiza que desde cualquier parte pueda accederse a la dirección de Internet correspondiente.

Según las estimaciones de la industria, hay alrededor de 100 millones de esos nombres almacenados en el sistema de nombres de dominio. Si bien el proceso de “internacionalización” del sistema de nombres de dominio de Internet está en marcha, es necesario resolver varios problemas para garantizar que todos los sistemas lingüísticos estén debidamente representados en Internet. Los desafíos son complejos y van más allá de las consideraciones técnicas. Entre ellos figuran:



- los arreglos administrativos para los dominios plurilingües;
- las políticas de competencia;
- el acceso al mercado;
- la propiedad intelectual y los mecanismos de solución de controversias;
- cuestiones culturales y sociales.



Varias organizaciones comerciales y privadas han propuesto soluciones que permitirían el funcionamiento de nombres de dominio plurilingües, pero el Grupo de Tareas sobre Ingeniería de Internet (IETF) aún no ha proporcionado ninguna norma técnica ni de hecho que garantice la interoperabilidad. Como consecuencia, existe el riesgo de confusión en el mercado entre los usuarios y los proveedores de Internet. El Sr. Blois observó que “no queremos correr el riesgo de parcializar el acceso a Internet y profundizar, en consecuencia, la brecha digital entre las naciones desarrolladas y en desarrollo”.

### **Una cuestión clave: la protección de la propiedad intelectual**

El Simposio creó un ámbito adecuado para expresar las distintas opiniones y perspectivas, y explorar la orientación para el futuro. Al analizar los desafíos actuales a los que hacen frente cada día los titulares y administradores de propiedad intelectual para proteger las marcas en este mundo plurilingüe, los expertos en propiedad intelectual y tecnologías de Internet intercambiaron ex-

periencias que facilitarán la comprensión de las cuestiones que plantea un espacio de nombres de dominio cada vez más internacionalizado. De esas cuestiones, las más importantes son el desafío que se plantea a las empresas que procuran proteger sus activos de propiedad intelectual en un mundo plurilingüe, tanto en Internet como en otros ámbitos, y la necesidad de un sistema eficaz de solución de controversias para resolver los conflictos en materia de nombres de dominio que inevitablemente surgirán.

El Simposio ayudó a comprender mejor las muchas cuestiones que plantea la aplicación de un sistema plurilingüe de nombres de dominio. “Vemos con agrado una expansión ordenada del sistema de nombres de dominio que refleje claramente la diversidad lingüística del mundo real y que se lleve a cabo preservando los derechos de los titulares de propiedad intelectual”, dijo el Sr. Gurry. Por su parte, el Sr. Blois dijo que esta actividad forma parte de un objetivo más amplio: “la verdadera internacionalización de Internet”.



# AVANZA LA LABOR EN TORNO A NUEVAS CUESTIONES MUNDIALES



*Productos textiles de Túnez*

En la segunda reunión del Comité Intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (el Comité Intergubernamental), que se celebró en Ginebra del 10 al 14 de diciembre de 2001, se decidió que la OMPI llevase adelante su labor sobre los aspectos de propiedad intelectual que atañen a la catalogación de conocimientos tradicionales que forman parte del dominio público y su inclusión en el procedimiento de examen de patentes, como parte del estado de la técnica susceptible de búsqueda. Se respondería así a la necesidad que se acusa hoy respecto de la concesión de patentes sobre conocimientos tradicionales.

El Comité Intergubernamental examinó informes provisionales sobre conocimientos tradicionales y folclore, que se elaboraron a partir de información empírica facilitada por los Estados a fin de determinar el grado de protección que el sistema tradicional de propiedad intelectual podría ofrecer. Los informes definitivos se examinarán en la tercera

sesión, prevista para junio, y en la que, entre otras cosas, seguirán identificándose los componentes de los conocimientos tradicionales que podrían protegerse mediante derechos de propiedad intelectual.

El Comité Intergubernamental volvió a afirmar que la OMPI debería seguir ocupándose de esas cuestiones, de ser el caso, en colaboración con la Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y su Comisión de Recursos Genéticos, así como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

# PRESENTADA LA SOLICITUD N° 100.000 DEL PCT

El Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) alcanzó un nuevo récord el año pasado cuando la OMPI recibió en el mes de diciembre la solicitud internacional de patente N° 100.000 en virtud del PCT. En los 23 años de historia del PCT, es el mayor número de solicitudes que se presentaron en un año. En 2000, el PCT recibió 90.948 solicitudes internacionales –es decir, en teoría, el equivalente a poco menos de ocho millones y medio de solicitudes nacionales de patente– lo que representó un aumento del 22,9% con respecto a las cifras de 1999. Desde la entrada en vigor del PCT, en 1978, se han presentado más de 600.000 solicitudes internacionales.





# CONTINÚAN LOS ESFUERZOS PARA ARMONIZAR EL DERECHO MARCARIO

Al presentar una solicitud en virtud del PCT, el solicitante puede pedir protección por patente en algunos o todos los 115 Estados miembros del PCT. Ello representa un ahorro significativo en el tiempo y el dinero que hay que invertir para obtener protección por patente. El PCT no concede patentes, pero facilita mucho el trámite de solicitar protección por patente en varios países.

Las estadísticas iniciales también muestran un notable aumento en el uso del PCT por los nacionales de los países en desarrollo. El año pasado, la mayor parte de los usuarios de países en desarrollo procedía de la República de Corea, China, Sudáfrica, y India.

Durante los últimos años se ha realizado un amplio esfuerzo de reforma del PCT, que incluye una mayor automatización, disminución de las tasas y simplificación del Tratado. Las tasas se han ido reduciendo durante cinco años consecutivos, en total, un 45% desde 1998.



Los Estados miembros de la OMPI acordaron llevar adelante un amplio programa de armonización de las legislaciones sobre protección de las marcas. En una sesión del Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT), celebrada en Ginebra en diciembre, los delegados se comprometieron a cumplir con un programa de trabajo destinado a seguir simplificando y agilizando los procedimientos relativos a las marcas y comenzar la armonización del Derecho sustantivo de marcas.

La decisión de proseguir las actividades de armonización se produjo tras la adopción de la Recomendación Conjunta relativa a las disposiciones sobre protección de las marcas notoriamente conocidas (1999), la Recomendación Conjunta sobre Licencias de Marcas (2000), y la Recomendación Conjunta sobre la protección de las marcas en Internet (2001).

Los requisitos formales en materia de marcas se rigen actualmente por el Tratado de la OMPI sobre el Derecho de Marcas (TLT), adoptado en 1994, que armoniza y simplifica los requisitos formales de los procedimientos relativos a las marcas. El SCT acordó basarse en el TLT y seguir simplificando y ampliando la armonización de las formalidades, introduciendo disposiciones sobre la presentación electrónica, incorporando disposiciones de la Recomendación Conjunta sobre Licen-

Photo: Mercedes Martínez Dozal



cias de Marcas o creando recursos respecto de los distintos errores de forma y los plazos.

El SCT también decidió comenzar la labor de armonización del Derecho sustantivo de marcas, en particular en lo relativo a las marcas no tradicionales (por ejemplo, marcas consistentes en colores o en olores, marcas tridimensionales) o a los conflictos con derechos preexistentes. Los Estados miembros subrayaron la necesidad de llevar a cabo una evaluación de las interferencias entre el Derecho de marcas, el de dibujos y modelos industriales y el derecho de autor.

En la sesión del SCT también se realizó un fructífero intercambio de opiniones sobre cuestiones relativas a la definición de las indicaciones geográficas; los sistemas de protección y las correspondientes consideraciones de política; la relación entre las indicaciones geográficas y los derechos que surgen de las marcas; y las consecuencias económicas de los distintos sistemas de protección; (véase <http://www.wipo.int/news/es/index.html>).



*Sra. Debbie RØNING (centro), que presidió la sesión del SCT, junto con las dos vicepresidentas de la sesión, Sra. Graciela ROAD D'IMPERIO (izquierda) y Sra. María Teresa YESTE LÓPEZ (derecha)*

# NOMBRES DE DOMINIO: DEMANDAS PRESENTADAS EN EL CENTRO DE ARBITRAJE

El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI recibió 3.192 demandas relativas a nombres de dominio durante 2001, lo que supone un aumento del 72% en relación con el año anterior. Desde diciembre de 1999, el Centro ha recibido 5.053 demandas, en las que figuran partes de 100 países.

El 12 de diciembre el Centro recibió la primera demanda relativa a un nombre registrado en el dominio *.biz*, que se presentó de conformidad con la Política Uniforme de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio, y el 14 de diciembre, el grupo de expertos de la OMPI adoptó de conformidad con la Política Uniforme su primera resolución relativa a un nombre registrado en el dominio *.info*. El Centro tramitó también 25 demandas relacionadas con nombres de dominio de caracteres diferentes a los del alfabeto latino o "internacionalizados", que comenzaron a funcionar también durante el año.

Del 28 de agosto al 26 de diciembre, el Centro recibió "impugnaciones de registros en el período de arranque" contra nombres registrados en el dominio *.info*. Esas impugnaciones formaban parte del "plazo para la presentación de impugnaciones de registros efectuados en el período de arranque" (del 25 de julio al 28 de agosto de 2001) durante el cual los titulares de marcas podían presentar antes que el público en general una solicitud en la que figurase un nombre de dominio que fuese idéntico a los elementos tex-

tuales de una marca de la que fueran titulares y que tuviera efecto en el país antes del 2 de octubre de 2000.

En el momento de la inscripción no se comprobaba si se cumplían estas condiciones, pero cualquier persona podía presentar una impugnación contra nombres de dominio registrados durante el plazo para la presentación de impugnaciones de registros efectuados en el período de arranque aduciendo que no se cumplían las condiciones previstas en dicho plazo de presentación. Esas impugnaciones estaban sujetas al Reglamento de la Política de *Afilias* de Impugnación de Registros efectuados en el Período de Arranque del Dominio *.info*. Las impugnaciones sólo se podían presentar entre el 28 de agosto y el 26 de diciembre de 2001.

El Centro es el único proveedor de servicios de solución de controversias relativas a impugnaciones de registros efectuados en el período de arranque y ha recibido un total de 1.579 impugnaciones, de las que 656 se recibieron en diciembre. A finales del año, el Centro había resuelto ya alrededor de 600 de estas impugnaciones. Cincuenta y tres demandas se presentaron de conformidad con el mecanismo introductorio especial para los nombres registrados en el dominio *.biz*, a saber, la Política de Oposición de los Titulares de Marcas en el Período Inicial de Solicitud de Registro de un Nombre de Dominio (Política STOP). Desde el 15 de enero de 2002, fecha en la que el dominio *.name* pasó a ser plenamente operativo, el Centro tramita demandas presentadas de conformidad con la política específica de solución de controversias para ese registro, a saber, la Política de Solución de Controversias relativas a las Condiciones para el Registro en *.name* (ERDRP).



El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI es el principal proveedor mundial de servicios en línea para la solución de controversias sobre nombres de dominio y es la única institución internacional de carácter no lucrativo que ofrece este servicio. El Centro tramita la inmensa mayoría de las demandas de nombres de dominio que se presentan en virtud de las diferentes políticas, entre ellas, la Política Uniforme de Solución de Controversias en materia de Nombres de Dominio, que se adoptó por recomendación de la OMPI, así como otras políticas formuladas por los administradores de los nuevos dominios genéricos de nivel superior (nuevos gTLD). El Centro actúa también como proveedor de solución de controversias para 23 dominios de nivel superior correspondientes a códigos de países (ccTLD).

Se puede obtener información más detallada sobre el mecanismo de solución de controversias en materia de nombres de dominio del Centro de Arbitraje en <http://arbiter.wipo.int/domains/index-es.html>.





# PROMOCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

La OMPI adoptó un nuevo enfoque relacionado con la promoción de la propiedad intelectual durante un taller que se celebró en la Región Administrativa Especial de Hong Kong (China) del 12 al 14 de diciembre, en el que se subrayó la función que las administraciones públicas pueden desempeñar en esta área. En el taller se examinó la relación entre el sistema de propiedad intelectual y los diferentes aspectos de la administración pública, y se estudiaron medidas para mejorar el conocimiento del sistema de propiedad intelectual y su función en el desarrollo nacional.

El taller, organizado por la OMPI en cooperación con el Departamento de Propiedad Intelectual y el Instituto de Formación y Desarrollo de la Administración Pública de la Región Administrativa Especial de Hong Kong, reunió a 26 participantes extranjeros y 20 nacionales.

El taller se inauguró con un discurso de apertura de la Directora General Adjunta de la OMPI, Sra. Rita Hayes, que puso de relieve los últimos acontecimientos en el campo de la propiedad intelectual. Se presentó también una introducción a la propiedad intelectual, a la OMPI y a sus tratados.

En el taller se examinaron los siguientes temas:

- ▶ observancia de los derechos de propiedad intelectual;
- ▶ derechos de propiedad intelectual en los contratos que concluyen las administraciones públicas;
- ▶ mejora del cumplimiento que la administración pública hace del sistema de propiedad intelectual;
- ▶ desarrollo de los recursos en línea para la formación en materia de propiedad intelectual de los trabajadores del sector público;
- ▶ consideraciones de política y estratégicas para la educación y formación en materia de propiedad intelectual del cuerpo de funcionarios públicos.

- ▶ promoción de la protección y la gestión de la propiedad intelectual: la función de la administración pública;
- ▶ identificación y obtención del máximo rendimiento de los activos públicos sujetos a propiedad intelectual y reducción al mínimo de los riesgos de infracción de los derechos de propiedad intelectual;

Los oradores insistieron en la necesidad de identificar y obtener el máximo rendimiento de los activos públicos sujetos a propiedad intelectual y reducir al mínimo los riesgos de infracción, y señalaron que en muchos países en desarrollo las actividades de investigación y desarrollo siguen dependiendo del sector público. Los oradores señalaron también que, dado que el Estado sigue siendo uno de los principales inversores en actividades de investigación y desarrollo a través las universidades públicas y los institutos de investigación, es esencial crear un medio complementario a esas actividades. Para ello hay que conseguir que los activos públicos sujetos a propiedad intelectual sean importantes para las industrias y para el público, proporcionando incentivos para las actividades inventivas y creando mediante el aumento de la sensibilización un amplio grupo de ciudadanos familiarizados con los principios de la propiedad intelectual.

Los debates acerca de los derechos de propiedad intelectual en los contratos públicos incluyeron el estudio de las medidas preventivas que



*Participantes en la Conferencia de Hong Kong*

podría adoptar la administración pública, por ejemplo, el desarrollo de medios para reducir al mínimo los riesgos de infracción de los derechos de propiedad intelectual de terceros y para promover la observancia de los derechos de propiedad intelectual en los contratos.

Se examinó la experiencia de la administración pública de la Región Administrativa Especial de Hong Kong como ejemplo de mejora de la observancia del sistema de propiedad intelectual. El Departamento de Propiedad Intelectual puso en práctica en enero de 2000 un programa destinado a designar funcionarios que se encarguen de velar por la observancia de los derechos de propiedad intelectual, en el que, en el marco del sistema de la administración pública, los Directores de Departamento nombraron a 150 funcionarios encargados de promover la sensibilización en los organismos públicos sobre cuestiones de propiedad intelectual y velar por que se respeten las normas y directrices de la propiedad intelectual.

# PROTECCIÓN DE LA CULTURA TRADICIONAL EN CHINA



*Sr. Philippe Petit, Director General Adjunto de la OMPI, con la Sra. Peng Peiyun, Vicepresidenta de la Comisión Permanente del Congreso Nacional Popular*

La OMPI participó en un simposio internacional sobre la protección y la legislación nacional de la cultura popular y tradicional que se celebró en Beijing (China) en diciembre, y que fue organizado por el Ministerio de Cultura, la Comisión de Educación, Ciencia, Cultura y Salud Pública del Congreso Nacional Popular y la Administración Estatal para la Preservación del Patrimonio Cultural. Las autoridades chinas han redactado una disposición legislativa para proteger la cultura popular y tradicional. El proyecto legislativo está examinándose, y en el simposio se intercambiaron experiencias nacionales con el fin de que sirviesen de guía para la conclusión de la legislación y animasen la cooperación internacional en este ámbito.

Entre la documentación que se presentó en el simposio figuraban documentos que describían la labor realizada por China para proteger el arte escénico del cambio de máscaras de la Ópera de Sichuan, que es un arte



que precisa una elevada especialización, así como el proyecto para grabar a los famosos narradores de cuentos de Yangzhou. También presentaron documentos el director del *American Folklife Center* de la Biblioteca del Congreso, en Washington; el director del Departamento Artístico del Consejo Nacional de las Artes de Tanzania; y el presidente del Consejo Internacional de Música Tradicional.

La OMPI presentó un documento sobre la protección jurídica de la cultura popular y tradicional y sobre los últimos avances a este respecto en el Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore.

El interés que despertó el simposio puso de manifiesto que en China existe mucho interés acerca de la protección de la cultura popular y tradicional. Varios altos funcionarios chinos señalaron que era necesario crear un instrumento internacional que protegiese la cultura popular y tradicional. Se solicitó a la OMPI que siguiese prestando asistencia jurídica y técnica en relación con la protección nacional de esa cultura y que siguiese colaborando en la elaboración de un instrumento internacional.



# EVALUACIÓN DE LOS "TRATADOS INTERNET"

Los autores del primer libro que se ha publicado acerca del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT) ofrecen un amplio análisis y un extenso comentario de las implicaciones jurídicas e históricas de estos dos tratados clave que acercan el derecho de autor y los derechos conexos a la era digital.

"The WIPO Treaties 1996 – Commentary and Legal analysis" (Los tratados de la OMPI, 1996: comentario y análisis jurídico) es un estudio decisivo sobre estos dos importantes instrumentos conocidos como "Tratados Internet". Los autores, Jörg Reinbothe y Silke von Lewinski, participaron en la preparación y en las negociaciones que condujeron a la firma del WCT y del WPPT en diciembre de 1996. Su libro es una guía esencial de estos dos tratados, explica su contexto histórico y jurídico y ofrece un comentario, artículo por artículo, de cada una de las disposiciones de los Tratados.

El libro es una guía indispensable y oportuna para quien quiera entender los efectos, que todavía siguen acusándose, de la era digital en el derecho de autor y la legislación al respecto.

La publicación del libro coincidió con el depósito por el Gabón del 30º instrumento de ratificación del WCT, que se produjo el 6 de diciembre de 2001, que asegura que el WCT entrará en vigor el 6 de marzo de 2002. Se espera que el WPPT entre también en vigor en breve.

A lo largo de sus 600 páginas el libro trata cuestiones, todavía sin resolver, relativas a la protección de las bases de datos y a la protección de las interpretaciones o ejecuciones audiovisuales, que estuvieron en el centro de los debates de la Conferencia Diplomática celebrada en diciembre de 2000. En el libro se realiza también una evaluación muy pertinente de los "Tratados Internet" mediante un estudio comparativo con el Convenio de Berna, la Convención de Roma y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC). El libro es especialmente oportuno porque incluye los debates mantenidos sobre esos tratados hasta octubre de 2001 y refleja los acontecimientos internacionales relacionados con los tratados que se han producido hasta esa fecha.

Jörg Reinbothe es Director del Departamento de Derecho de Autor y Derechos Afines de la Comisión Europea y trabaja en la aplicación del WCT y WPPT en el Derecho comunitario. Silke von Lewinski es Directora del Departamento de Derecho Internacional del Instituto



Max-Planck de Múnich. Ambos autores fueron delegados en la Conferencia Diplomática de 1996, que se saldó con la firma de los "Tratados Internet".

Publicado por la editorial Butterworths LexisNexis, del Reino Unido, "The WIPO Internet Treaties 1996" (Los "Tratados Internet" de la OMPI, 1996) ofrece un análisis minucioso y reflexivo de estos dos tratados fundamentales de la era digital.





# LA FUNCIÓN DE LAS MARCAS EN LA COMERCIALIZACIÓN

Según el famoso dirigente empresarial Peter Drucker, “una empresa comercial tiene dos funciones básicas: la mercadotecnia y la innovación. La mercadotecnia y la innovación producen beneficios; lo demás son costos”. Estas dos funciones básicas rigen el deseo inherente a toda empresa de obtener beneficios económicos mediante el proceso de proporcionar productos y servicios de calidad a sus clientes. La propiedad intelectual cumple un cometido importante en cada una de estas funciones básicas, y las marcas desempeñan, específicamente, una función esencial en el proceso de comercialización.

Todos los productos que salen al mercado tienen que hacer frente a la competencia de otros productos que, con frecuencia, son casi idénticos, o similares o pueden sustituirlos con facilidad. Satisfacer o superar las expectativas de los clientes es una tarea difícil, sobre todo cuando los gustos y las preferencias de los consumidores evolucionan continuamente, tal como sucede en un mercado competitivo en el que existen muchos productos similares destinados a satisfacer las mismas necesidades. Sólo las empresas que puedan hacer frente a estos desafíos pueden crear y mantener una clientela fiel.

## Diferenciar unos productos de otros

Todas las empresas tienen que crear y mantener una identidad, imagen o reputación que las diferencie para que se mantenga la credibilidad, la confianza y la fidelidad en sus productos. Es la única manera de que sus productos se distingan de los de sus competidores. Al mismo tiempo, las empresas tienen que encontrar un

mecanismo que relacione al proveedor de un producto con las impresionables cualidades empresariales de confianza y reputación. Las empresas consiguen establecer esa relación gracias sobre todo a un nombre comercial y a una o más marcas que las distingan.

Esta diferenciación desempeña una función central en la estrategia comercial, ya que diferencia a los productos de los de la competencia y crea relaciones positivas –y, a menudo, emocionales– y duraderas con los clientes gracias a una imagen o reputación que se promociona continuamente. Las empresas tienen que persuadir a los clientes para que pasen rápidamente del conocimiento a la preferencia de su marca, mediante el reconocimiento de la misma, y, por último, a la fidelidad a esa marca, momento en el que el consumidor rechaza marcas alternativas y está dispuesto a pagar un precio más alto por el producto de esa marca.

Los términos utilizados en la jerga comercial, “marca” o “producto de marca” son asimilables a “marca de fábrica o de comercio”, término que se utiliza en los círculos jurídicos de la propiedad intelectual. No obstante, un producto de marca o una empresa de marca son conceptos mucho más amplios que el de marca de fábrica o de comercio, ya que crear una marca sólida y establecer la cotización de marca de una empresa es mucho más complicado que elegir, registrar o mantener una o varias marcas. La determinación de una

marca sólida y del desarrollo positivo de la marca dependen, generalmente, del éxito que obtenga en términos de cuota de mercado, ventas, márgenes de beneficio, fidelidad y sensibilización del mercado. No obstante, el éxito final de una marca se determina también en función del valor total que el cliente concede al producto al que esa marca se refiere.

## Concepción de una marca

Las empresas utilizan a menudo varias marcas para diversificar su estrategia de mercado a fin de satisfacer las expectativas de los diferentes grupos a los que va dirigido el producto en uno o en varios países. Crear una marca sólida no es tarea fácil. La utilización de marcas para comercializar productos requiere un excelente conocimiento de la legislación y la práctica en materia de marcas en los ámbitos nacional e internacional; y se precisa contar con el asesoramiento de profesionales ya que se trata de un trabajo especializado. No obstante, a la hora de concebir una buena marca se tienen que tener en cuenta los siguientes elementos básicos:

- debe ser intrínsecamente distintiva;
- debe ser fácil de recordar y de pronunciar;
- debe adecuarse al producto o a la imagen de la empresa;
- no debe tener restricciones jurídicas; y
- debe tener una connotación positiva.

Una marca de fábrica o de comercio puede ser una palabra, una letra, un símbolo (logotipo), un número, un color, una forma o, si la legislación del país lo permite, un sonido o un olor, o la combinación de alguno de estos elementos.

**NOKIA**  
CONNECTING PEOPLE

Nokia US\$35 billion  
(valor comercial estimado)

## Informe 2001 de *Interbrand* sobre las marcas internacionales más valiosas

(las tres primeras marcas en miles de millones de dólares de los EE.UU., según el valor de mercado estimado de las propias marcas)



Coca Cola \$68,9

Microsoft

Microsoft \$65,1

IBM

IBM \$52,7

© Coca-Cola Company  
Marca registrada de Microsoft en los EE.UU. y en otros países  
Autorización: IBM Deutschland GmbH

### Valor de la marca

El valor de las marcas varía dependiendo de los sectores de la economía de que se trate y puede variar también dentro del mismo sector económico. Según un reciente informe sobre empresas realizado en varias economías desarrolladas, el valor de la marca representa en el sector industrial poco más del 10% del valor total de la empresa, alrededor del 40% en el sector de los servicios financieros y del automóvil, y del 70 al 90% en el sector de la alimentación y en el de los productos de lujo.

En términos absolutos, el valor de una marca, excluyendo el valor de sus otros activos de propiedad intelectual e intangibles, puede ser enorme. Tal como se puede observar en el siguiente cuadro, los resultados del Informe 2001 de *Interbrand* acerca de las marcas internacionales más valiosas ponen de manifiesto este punto. Las marcas de fábrica o de comercio son en sí mismas activos muy valiosos

que hay que administrar con atención y que hay que desarrollar y proteger; de lo contrario, la marca podría perder valor, un tercero se podría apropiarse de ella o, simplemente, se podría destruir o perder.

### Proteja sus marcas

Para evitar gastos excesivos y reducir los riesgos es importante registrar pronto la marca, de manera que goce de protección jurídica y no pueda ser utilizada por terceros sin consentimiento del titular. El registro se hace con frecuencia mucho antes de lanzar el nuevo producto al mercado a fin de evitar que los gastos en publicidad y en otras actividades de promoción en los que se ha incurrido resulten inútiles si el nombre que se ha solicitado para la marca no está disponible.

Algunos países conceden cierto grado de protección a las marcas no registradas, pero en la mayoría la protección depende del registro definitivo. Algunos países permiten el registro sin utilización anterior, pero se puede cancelar la licencia de la marca si ésta no se utiliza en el mercado en relación con el producto durante un determinado período de tiempo.

Si la marca se registra adecuadamente es más fácil contrarrestar la utilización deliberada y no autorizada, denominada falsificación de una marca, así como los productos del mercado gris (llamados productos de importación paralela).

Las empresas bien informadas toman medidas activas para transmitir a los empleados, a los intermediarios, a los distribuidores, a los editores de periódicos y de enciclopedias y al público que su marca representa únicamente a sus productos y que, por lo tanto, se debe utilizar de manera adecuada.

Otra medida importante que deben tomar las empresas es revisar anualmente su conjunto de marcas para comprobar si se han adoptado las medidas oportunas para: 1) registrar todas las marcas que utilizan o tienen previsto utilizar en los mercados nacionales o extranjeros; 2) registrar la concesión de licencia de una marca si así lo requiere el Derecho marcario; 3) controlar adecuadamente la calidad del producto suministrado por el titular o el concesionario de una licencia de marca; y 4) renovar el registro de la marca.



En el próximo artículo sobre la propiedad intelectual y las empresas abordaremos la función de los dibujos y modelos industriales en la comercialización.

# PROMOCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN EL BRASIL

Debido a la demanda creciente de productos de calidad en todo el mundo, los productores y fabricantes brasileños son cada vez más conscientes de la importancia que tiene disponer de un producto que se pueda distinguir de los otros y que pueda competir en el mercado internacional. Dado que esta distinción se puede conseguir mediante la utilización de una indicación geográfica, la obtención de esas indicaciones se ha convertido en una de las preocupaciones y objetivos principales de los representantes de las industrias agroalimentarias brasileñas.

El Brasil se ha decantado así rápidamente hacia el reconocimiento de las indicaciones geográficas en el ámbito nacional. Miembro del Convenio de París y del Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos, el Brasil reconoció hace tiempo las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen como elementos de la propiedad industrial y adoptó una política de represión de la falsificación de indicaciones geográficas en las mercancías. En la ley 9279, de 14 de mayo de 1996, que reglamenta los derechos y las obligaciones relacionadas con la propiedad industrial, el Brasil concedió protección jurídica a las indicaciones geográficas en el ámbito nacional.

Desde entonces, la importancia de la protección de las indicaciones geográficas ha aumentado rápidamente.

El Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) ha creado una base de datos en la que figuran 1.500 indicaciones geográficas.

## Solicitudes nacionales de indicaciones geográficas

La principal motivación para la introducción de las indicaciones geográficas en el Brasil es el deseo de los productores locales de obtener protección para los productos procedentes de sus propias regiones. A este respecto, el INPI ha llevado a cabo investigaciones en cooperación con entidades científicas y asociaciones de productores para determinar las posibles regiones nacionales en las que los productores podrían reivindicar esos derechos, y ha animado a los productores locales a que los soliciten. El país tiene muchos productos que podrían gozar de protección a título de indicación geográfica, por ejemplo, el vino, el café, el chocolate, el queso y la carne.

En 2001 se registraron las dos primeras solicitudes de indicaciones geográficas nacionales. Fueron para vinos de la región meridional de *Vale dos Vinhedos*, en Rio Grande do Sul, y café del *Cerrado*, de la región de Minas Gerais.

### *Vale dos Vinhedos*

El *Vale dos Vinhedos*, situado en el sur del Brasil entre las ciudades de Bento Gonçalves, Garibaldi y Monte Belo do Sul, se encuentra a una altitud de 742 metros sobre el nivel

del mar y su temperatura varía entre los 16° y los 18°. Emigrantes procedentes del norte de Italia encontraron que el clima y el terreno era parecido al que habían dejado en su país y colonizaron la región hacia 1875, iniciando un cultivo vinícola que seguía la tradición italiana. El valle se encuentra en la región de Serra Gaúcha, famosa también por su producción de muebles, chocolate, queso, productos artesanales y calzado.

Cuando, hace más de diez años, los vinos comenzaron a comercializarse con la denominación *Vale dos Vinhedos*, en la zona había pocos viñedos, existían unas cuantas casas y prácticamente no había ninguna infraestructura. El turismo apenas llegaba a la región. Hoy, la región acoge a alrededor de 60.000 turistas cada año y se ha convertido en un lugar de referencia gastronómico, vinícola y para la práctica de deportes de invierno.

Este éxito se debe en gran medida a la labor realizada por los productores locales de vino que crearon la Asociación de los Productores de Vino del *Vale dos Vinhedos* (APROVALE). La idea inicial de los productores era atraer el turismo y relacionarlo con la producción de vino. Intentaron atraer visitantes de las ciudades de los alrededores, así como turistas que visitaban otros lugares de la región. Los miembros de la Asociación informarían a los visitantes de las bodegas que se podían





Vale dos Vinhedos : añejamiento del vino en barriles de madera

visitar en su itinerario y, de esta manera, aumentaría el turismo, la inversión y la cantidad de vides plantadas en la región.

### En busca de una indicación geográfica

Los productores locales de vino llevaron a cabo diversas actividades encaminadas a obtener una indicación geográfica. Al principio crearon APROVALE, de la que formaban parte no sólo los productores de vino del valle sino también empresas relacionadas con el turismo, la producción agroalimentaria y el suministro de productos relacionados con la producción vinícola. Su principal misión era fomentar e incentivar la investigación relacionada con la viticultura a fin de preservar y proteger la indicación geográfica de los vinos de la región.

La Asociación elaboró un programa que tenía por objetivo hacer de la región un punto de referencia nacional –y, quizás, internacional- de productos relacionados con el vino. El reconocimiento de indicación geográfica sería un factor positivo para la aplicación de este proyecto, ya que conllevaría un aumento del consumo de los vinos de la región, fomentaría el turismo y serviría de incentivo para que otros productores se instalasen en la región.

La Asociación encargó la realización de un estudio, en cooperación con la Fundación de Promoción de la Investigación Científica y Tecnológica (FAPERGS), acerca de los conocimientos específicos que se necesitaban para obtener una indicación geográfica. En este proyecto participaron la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA) y la Universidad de Caxias do Sul. Los

resultados del estudio se publicaron en 1999 en un libro titulado “Vale dos Vinhedos-*Caracterização Geográfica da Região*” (Vale dos Vinhedos: características geográficas de la región).

Cuando se concluyeron los estudios, APROVALE solicitó al INPI el registro de su indicación geográfica y creó un consejo regulador encargado de establecer la reglamentación para mantener y preservar la indicación geográfica. Éste fue un consejo pionero en Brasil, ya que creó los primeros estatutos nacionales, la reglamentación y los procedimientos de una indicación geográfica. Los productores locales cumplen con la reglamentación técnica que establecen los estatutos y sus productos mejoran rápidamente en calidad y uniformidad y van adquiriendo un amplio reconocimiento en los círculos nacionales e internacionales.

El ejemplo del *Vale dos Vinhedos* ha animado a otros productores a obtener el certificado nacional de indicación geográfica para fortalecer la posición de sus productos en el mercado internacional y consolidar la imagen del Brasil como país en desarrollo con muchas riquezas y recursos.



La Revista de la OMPI agradece la ayuda prestada por la Universidad de Caxias do Sul y la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA) para la preparación de este artículo.

# CALENDARIO de reuniones

## 18 A 22 DE FEBRERO

(GINEBRA)

### **Grupo de Trabajo sobre Reforma Constitucional (Quinta reunión)**

El Grupo de Trabajo continuará su labor sobre la base de los resultados de la cuarta reunión (11 a 14 de septiembre de 2001).

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros de la OMPI o de las Uniones de París o de Berna.

## 25 DE FEBRERO A 1 DE MARZO

(GINEBRA)

### **Comité de Expertos de la Unión particular para la Clasificación Internacional de Patentes (Trigésima primera sesión)**

El Comité de Expertos adoptará las propuestas de revisión de la edición vigente (séptima) de la IPC y considerará las recomendaciones presentadas relativas a la reforma de la IPC.

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros de la Unión IPC; en calidad de observadores, los Estados miembros de la Unión de París y ciertas organizaciones.

## 22 A 26 DE ABRIL

(GINEBRA)

### **Grupo de Trabajo sobre Normas y Documentación, del Comité Permanente de Tecnologías de la Información (SCIT) (Segunda reunión)**

El Grupo de Trabajo examinará los progresos alcanzados en la realización de las tareas asignadas a su programa de trabajo.

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros de la OMPI y de la Unión de París; en calidad de observadores, ciertas organizaciones.

## 6 A 10 DE MAYO

(GINEBRA)

### **Comité Permanente sobre el Derecho de Patentes (SCP) (Séptima sesión)**

El Comité continuará con sus trabajos en pos de una mayor armonización y examinará otros asuntos relacionados con el Derecho de patentes.

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros de la OMPI o de la Unión de París; en calidad de observadores, otros Estados y ciertas organizaciones.

## 13 A 17 DE MAYO

(GINEBRA)

### **Grupo de Trabajo de la Unión IPC sobre la Reforma de la IPC (Séptima sesión)**

El Grupo de Trabajo continuará elaborando recomendaciones sobre la reforma de la IPC para presentarlas al Comité de Expertos de la Unión IPC.

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros de la Unión IPC y las organizaciones miembros del Grupo de Trabajo; en calidad de observadores, los Estados miembros de la Unión de París y ciertas organizaciones.

## 24 A 28 DE JUNIO

(GINEBRA)

### **Grupo de Trabajo sobre Reforma Constitucional (Sexta reunión)**

El Grupo de Trabajo continuará su labor sobre la base de los resultados de la quinta reunión (18 a 22 de febrero de 2002).

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros de la OMPI o de las Uniones de París o de Berna.

## 27 Y 28 DE JUNIO

(GINEBRA)

### **Taller de la OMPI para Mediadores en Controversias relacionadas con la Propiedad Intelectual**

Acontecimiento anual organizado para todas las partes interesadas en los procedimientos de mediación de la OMPI.

*Invitaciones:* Todos los interesados, previo pago de una tasa.

## 1 Y 2 DE JULIO

(GINEBRA)

### **Taller de la OMPI para Mediadores en Controversias relacionadas con la Propiedad Intelectual**

Acontecimiento anual organizado para todas las partes interesadas en los procedimientos de mediación de la OMPI.

*Invitaciones:* Todos los interesados, previo pago de una tasa.

## 1 A 4 DE JULIO

(GINEBRA)

### **Comité del Programa y Presupuesto (Quinta sesión)**

Se ha convocado una reunión del Comité del Programa y Presupuesto para examinar cuestiones relativas al nuevo edificio.

*Invitaciones:* En calidad de miembros, los Estados miembros del Comité del Programa y Presupuesto; en calidad de observadores, todos los Estados miembros de la OMPI que no sean miembros del Comité.

# NUEVAS PUBLICACIONES

## Información General (2001)

(ruso) N° 400(R)  
gratuito

## Reseñas de Convenios, Tratados y Acuerdos Administrados por la OMPI (octubre 2001)

(español) N° 442(S)  
(francés) N° 442(F)  
(inglés) N° 442(E)  
gratuito

## Derechos de autor - historietas

(español) N° 484(S)  
(francés) N° 484(F)  
(inglés) N° 484(E)  
gratuito

## Savoirs traditionnels : Besoins et attentes en matière de propriété intellectuelle

(francés) 768(F)  
30.00 CHF

## Recomendación conjunta relativa a las licencias de marcas

(árabe) N° 835(A)  
(chino) N° 835(C)  
(ruso) N° 835(R)  
gratuito

## Una cuestión de equilibrio: el sistema de patentes y el acceso a los medicamentos y a la atención de salud

(español) N° 491(S)  
(francés) N° 491(F)  
(inglés) N° 491(E)  
gratuito



Compre publicaciones en línea, diríjase a: [www.wipo.int/ebookshop](http://www.wipo.int/ebookshop)  
Descargue productos de información gratuitos en: [www.wipo.int/publications/](http://www.wipo.int/publications/)

Para obtener esas publicaciones, también puede dirigirse a:  
Sección de Comercialización y Distribución de la OMPI, 34 chemin des Colombettes, CP 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)  
Fax: 41 22 740 18 12 ♦ correo-e: [publications.mail@wipo.int](mailto:publications.mail@wipo.int)  
En los pedidos deberán constar las siguientes informaciones: a) el número o código de letra de la publicación deseada, el idioma, el número de ejemplares; b) la dirección completa para el envío; c) el modo de envío (superficie o aéreo).



# CONFERENCIA SOBRE EL SISTEMA INTERNACIONAL DE PATENTES

Ginebra, 25 a 27 de marzo



La OMPI convocará en Ginebra, del 25 al 27 de marzo, una conferencia sobre el sistema internacional de patentes para examinar el Plan de Acción de la OMPI sobre Patentes.

El objetivo de esta conferencia es debatir las principales cuestiones y problemas a los que tiene que hacer frente el sistema internacional de patentes y recibir más aportaciones e indicaciones de los usuarios del sistema de patentes. La Secretaría tendrá en cuenta los temas que se planteen durante la conferencia a la hora de preparar el documento que se presentará en septiembre a la Asamblea General de la OMPI, a la Asamblea de la Unión de París y a la Asamblea de la Unión del PCT. Se puede con-

sultar el programa provisional de la conferencia en el sitio Web de la OMPI: [www.OMPI.int](http://www.OMPI.int).

Cualquier persona interesada puede asistir a la conferencia. La inscripción puede realizarse en línea en el sitio Web de la OMPI. La tasa de inscripción es de 400 francos suizos, en la que se incluye la asistencia y los materiales de conferencia, entre ellos, los documentos con las presentaciones e intervenciones de los oradores.

La conferencia se celebrará en el Centro Internacional de Conferencias de Ginebra (CICG), 15 rue Varembe, 1211 Ginebra 20 (Suiza).

Datos de contacto:  
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)  
34, chemin des Colombettes  
1211 Ginebra 20  
Suiza

[www.OMPI.int](http://www.OMPI.int)  
Número de teléfono:  
(41-22) 338 91 64  
Número de fax:  
(41-22) 740 37 00  
Dirección de correo electrónico:  
[ips.meetings@wipo.int](mailto:ips.meetings@wipo.int)

[www.wipo.int](http://www.wipo.int)



*La Revista de la OMPI* es una publicación mensual de la Oficina de Comunicación Mundial y de Relaciones Públicas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). No constituye un documento oficial y las opiniones expresadas en cada artículo no son necesariamente las de la OMPI.

*La Revista* se distribuye gratuitamente.

Si está interesado en recibir ejemplares, diríjase a:

**Sección de Comercialización y Distribución  
OMPI**  
**34 chemin des Colombettes  
C.P.18  
CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)**  
**Fax: 41 22 740 18 12**  
**Correo-e:**  
**publications.mail@wipo.int**

Para formular comentarios o preguntas, diríjase a:

**Jefe de Redacción**, Revista de la OMPI  
(en la dirección que figura más arriba)

© 2001 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

Derechos reservados. Los artículos que figuran en la presente publicación pueden reproducirse con fines educativos. Sin embargo, ninguna parte puede reproducirse con fines comerciales sin el consentimiento expreso por escrito de la Oficina de Comunicación Mundial y de Relaciones Públicas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, C.P. 18, CH-1211 Ginebra 20 (Suiza).

**Para más información,  
póngase en contacto con la OMPI  
en la siguiente dirección:**

**34 chemin des Colombettes  
C.P. 18  
CH-1211 Ginebra 20  
Suiza**

**Teléfono:**  
**41 22 338 91 11**

**Fax:**  
**41 22 740 18 12**

**Correo electrónico:**  
**wipo.mail@wipo.int**

**o con su Oficina de Coordinación  
en la siguiente dirección:**

**2 United Nations Plaza  
Suite 2525  
Nueva York, N.Y. 10017  
Estados Unidos de America**

**Teléfono:**  
**1 212 963 6813**

**Fax:**  
**1 212 963 4801**

**Correo electrónico:**  
**wipo@un.org**

**Visite el sitio Web de la OMPI en:**  
**<http://www.OMPI.int>**  
**y la librería electrónica de la OMPI en:**  
**<http://www.wipo.int/ebookshop>**