

LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LAS EMPRESAS

Las marcas no tradicionales – un enfoque distinto a la hora de crear marcas



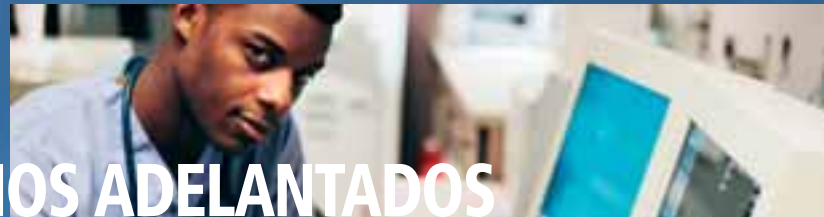
EL PCT EN EL PUNTO DE MIRA

Patentamiento de tecnologías para un aire más puro



PAÍSES MENOS ADELANTADOS

Creación de instituciones de P.I.



Your Own World of IP

Francés N.º 907(F)
Inglés N.º 907(E)
Gratuito

The Use of Intellectual Property as a Tool for Economic Growth in the Association of South East Asian Nations (Asean) Region

Inglés N.º 914(E)
25 francos suizos
(más gastos de envío)

Performance of Copyright Industries in Selected Arab Countries

Inglés N.º 916(E)
35 francos suizos
(más gastos de envío)

Guide pour l'enregistrement internationale des dessins et modèles industriels en vertu de l'Arrangement de La Haye

Francés N.º 857(F)
35 francos suizos
(más gastos de envío)



- 2 **La propiedad intelectual como motor del crecimiento económico**
La experiencia de la región de Asia y el Pacífico (Parte I)
- 5 **El valor de la P.I. en la contabilidad** (Parte II)
- 8 **La creación de instituciones de P.I. en los países menos adelantados**
- 12 **El PCT en el punto de mira: patentamiento de tecnologías para un aire más puro**
- 14 **Seminario sobre P.I. para parques tecnológicos e incubadoras de empresas**
- 16 **La propiedad intelectual y las empresas**
Romper moldes: nuevas formas de crear marcas
- 20 **La Comunidad Europea se adhiere al sistema internacional de marcas**
- 22 **Reuniones de Comités**
Avances en el ámbito de los derechos de los organismos de radiodifusión
El Comité Asesor sobre Observancia examina cuestiones fundamentales
- 24 **Resumen de noticias**
La OMPI y la ONU firman un acuerdo de cooperación
El Instituto Turco de Patentes celebra su décimo aniversario
- 25 **Calendario de reuniones**

Compre publicaciones por Internet en: www.wipo.int/ebookshop

Descargue productos de información gratuitos en: www.wipo.int/publications/

Para obtener esas publicaciones, también puede dirigirse a: Sección de Diseño, Comercialización y Distribución de la 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

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).



Ginebra,
julio-agosto de 2004

LA PROPIEDAD INTELECTUAL COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO

La experiencia de la región de Asia y el Pacífico (Parte I)

A una pequeña chispa sigue una gran llama

Dante

La transformación de la creatividad y la innovación en activos con un valor económico, social y cultural es la razón de ser del sistema de propiedad intelectual. Ése es precisamente el



Fotografía: FAO/175-66R, Feluturi

tema del presente artículo, quinto de una serie en la que se presentan ejemplos concretos de cómo dar al sistema de propiedad intelectual un uso provechoso para el conjunto de la sociedad. Cada artículo está dedicado a una región del mundo; éste se centra en Asia y el Pacífico, mientras que de los cuatro anteriores, dos se centraron en África y otros dos en América Latina.

Una de las principales preocupaciones de la OMPI es asegurarse de que todos sus Estados miembros conozcan y hagan uso de todo el potencial que ofrece el sistema de propiedad intelectual como herramienta que genera riqueza y fomen-

ta el crecimiento económico. En la OMPI se considera que la creatividad y el espíritu inventivo, materias primas de la propiedad intelectual, son el único recurso natural que poseen todos los países, independientemente de su geografía, climatología y constitución geológica. La capacidad y el deseo de innovar, de encontrar soluciones a los problemas y de expresarse a través de la música y el arte son inherentes a todos los pueblos.

El sistema de propiedad intelectual es un aliciente para hacer uso de esa capacidad y cumplir ese deseo, al reconocer las habilidades y el talento recompensando a quienes los ponen en práctica. Ofrece una protección eficaz del fruto del ingenio humano y favorece su comercialización, lo que genera múltiples beneficios: por una parte, quienes crean esos activos intelectuales ven reconocidos sus esfuerzos y obtienen ganancias económicas y, por otra, el conjunto de la sociedad disfruta de la propia invención u obra artística, a la vez que se beneficia de su éxito comercial, éxito que redundará en una mejor salud de la economía nacional.

El fomento de una cultura de la propiedad intelectual como base del bienestar nacional

Esta dinámica positiva sólo puede ponerse en marcha si un país apuesta por una cultura de la propiedad intelectual y la favorece activamente. Esto significa propiciar un entorno favorable a los valores innovadores y a la actividad creativa que ofrezca medios accesibles, sencillos y poco

costosos para protegerla, y que apoye y fomente la explotación comercial de los consiguientes activos de propiedad intelectual. La instauración de una sólida cultura de la propiedad intelectual depende del interés que en ello pongan los dirigentes de un país. Merece destacarse a este respecto un ejemplo claro de dirigente plenamente comprometido con la causa de la propiedad intelectual, a saber, el Rey Bhumibol Adulyadej de Tailandia, que no sólo trata de mejorar de manera fundamental la vida de su pueblo con sus actividades inventivas sino que recurre de forma activa al sistema de patentes para proteger sus innovaciones. Él es una de las personas sin las cuales no hubiera sido posible el nacimiento de una cultura de la propiedad intelectual en Tailandia y gracias a su valiosísima contribución ha aumentado de forma notable el conocimiento y la aceptación del sistema de propiedad intelectual entre los tailandeses, a quienes ha sabido exponer claramente los beneficios que puede reportar.

Concibe invenciones en todos los campos y su objetivo siempre es repercutir en beneficio de sus súbditos y mejorar la calidad de vida. Las invenciones del monarca van desde dispositivos de purificación de aguas hasta la búsqueda de fuentes alternativas de energía. Siempre cede las patentes sobre sus innovaciones para que estas últimas sean desarrolladas y distribuidas en aras del bienestar público.¹ Por ejemplo, la patente del Rey sobre una fórmula de aceite de palma que se usa como combustible para equipos y vehículos ha servido de base para prometedoras investiga-

ciones sobre fuentes de energía alternativa y renovable. En una gasolinera perteneciente a la *Petroleum Authority of Thailand*, propiedad del Estado, se puso en marcha en 2001 un proyecto piloto para usar una mezcla de aceite de palma con diésel como carburante para automóviles.

El Gobierno se ha comprometido a aumentar considerablemente la producción nacional de aceite de palma durante los próximos años, con la intención de duplicar al menos el número de acres de las plantaciones para alcanzar aproximadamente 800.000 de aquí al 2007, con el fin de destinar gran parte de la cosecha al consumo de biodiésel. Este aceite se extrae del fruto amarillo de la palmera y se usa tradicionalmente en la alimentación y la cosmética. Sin embargo, los investigadores están mejorando su rendimiento como combustible en estado puro o mezclado en proporciones variables con diésel.

El proyecto del aceite de palma, dirigido por la *Prince of Songkhla University*, ha contado con el apoyo de la Fundación Chaipattana, creada por el Rey para dedicarse a actividades de desarrollo cuyos resultados sean pertinentes, eficaces y aplicables con rapidez.

El proyecto² consistió en dejar en marcha durante 2.000 horas dos motores, uno con aceite de palma y otro con diésel. Tras el experimento se concluyó que la viscosidad del aceite de palma, aproximadamente diez veces mayor que la del diésel, así como su punto de inflamación superior (la temperatura más baja a la que

el vapor de un líquido combustible puede inflamarse en el aire), que puede llegar a los 289° C, pueden plantear problemas a la hora de encender el motor. No obstante, se ha mejorado el inyector y se sigue perfeccionando la cámara de combustión para contrarrestar estos efectos. Los resultados obtenidos dejaron muy bien parado el motor que utilizaba aceite de palma al compararlo con el motor diésel. El desgaste del motor en el que se utilizó aceite de palma, en comparación con el del motor diésel, resultó menor en algunas zonas (por ejemplo, en la bomba de aceite) que en otras (por ejemplo, en los anillos de los pistones).

El uso del aceite de palma supone un avance positivo: no sólo se trata de una fuente de energía renovable más barata que el diésel, que tiene que importarse a precios elevados (y fluctuantes), sino que resulta menos contaminante, con todos los beneficios sanitarios y medioambientales que eso conlleva. Además, puede ser usado como cultivo comercial por los agricultores y ofrecer una salida al mercado a los productores tailandeses de aceite de palma. El proyecto podría por lo tanto ser beneficioso para los productores nacionales, los consumidores y el medio ambiente, es decir, para el conjunto de la nación.

La actividad inventiva del Rey es continua. El año pasado obtuvo una patente para una técnica de creación de lluvia artificial mediante la cual se crean nubes calientes y frías a distintas altitudes. Esta técnica permite repartir la lluvia sobre un área más amplia que la que se abarca mediante otras técni-



Fotografía: FAO/196/66C, Bazzani

cas existentes y orientar la lluvia con mayor precisión hacia el lugar en el que desea derramarse. Esta técnica es especialmente importante para los agricultores tailandeses y en particular para los del norte del país, donde las precipitaciones son escasas. El periódico *The Bangkok Post* ha informado de que otros países desean conocer más en detalle esta nueva técnica.

Vida nueva para las aguas estancas

Ésta es la cuarta patente que se otorgó al Rey, siendo la primera la patente de un aireador de agua que fue un hito en la historia mundial de la propiedad intelectual, puesto que era la primera vez que se concedía una patente a un miembro de una familia real. Esta invención real, el Aireador Chaipattana, es fruto de la preocupación del Rey por la contaminación de los ríos, canales y humedales de su país. En los años 1980, inició varios proyectos con el fin de mejorar la calidad del agua, recurriendo al uso de plantas acuáticas tales como el jacinto acuático para filtrarla y purificarla. Por otra parte, creó un dispositivo basado en una "luk" o rueda hidráulica para airear las aguas residuales. Consiste en una serie de palas giratorias cuidadosamente diseñadas que

>>>

1. El Rey, experto en cuestiones medioambientales e inventor, ha manifestado a lo largo de todo su reinado, que se inició en 1946, una gran preocupación por los problemas de su pueblo y se ha comprometido personalmente a encontrarles solución. Bajo su responsabilidad o con la colaboración de la Casa Real se han puesto en marcha o finalizado más de 1.000 proyectos.

2. Véase, entre otros, "Palm Oil as a Fuel for Agricultural Diesel Engines: Comparative Testing against Diesel Oil", de Gumpon Parateepchaikul y Teerawat Apichato, *SONGKLANAKARIN Journal of Science and Technology*, Volumen 25 N.º 3, mayo/junio de 2003.



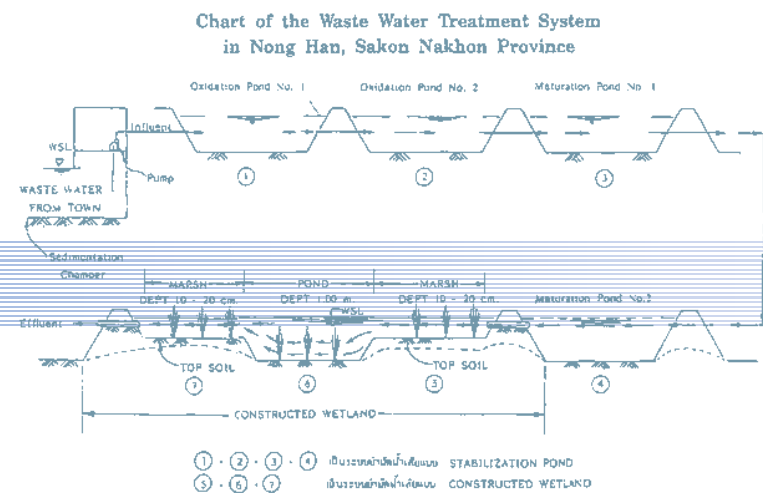
El Aireador Chaipattana instalado en uno de los estanques Mellearts del Parque Woluwe-Saint-Pierre de Bruselas

elevan el agua hasta un metro de altura y luego la vierten de un modo calculado para garantizar la máxima oxigenación posible. En febrero de 1993 se concedió una patente para este dispositivo (patente N.º 3127). Al patentar este dispositivo, el Rey dejó clara la importancia que concede a la propiedad intelectual y ofreció a su pueblo un ejemplo de cómo el ingenio y la creatividad pueden servir para mejorar la situación económica, cultural y social de las personas.

El dispositivo del Rey ha sido reconocido a escala internacional. Durante el 49º Saló mundial de la innovación, la investigación y las nuevas tecnologías "Eureka 2000", celebrado en Bruselas, ganó varios premios y fue seleccionado por los miembros del jurado como ganador de una Medalla de Oro de la OMPI. El Comité Internacional de esa feria le rindió homenaje en tanto que "Rey promotor del desarrollo, afanoso e ingenioso, visionario excepcional que trabaja con ahínco por el bien de sus súbditos y que usa tecnologías sencillas en sus invenciones de forma que puedan aplicarse a lo largo y ancho del planeta".

A raíz de la feria "Eureka 2000", la Cámara de Comercio de Bélgica pidió permiso al Rey para instalar uno de sus aireadores (Aireador Chaipattana, modelo RX 2) en el Parque Woluwe-Saint-Pierre de Bruselas. Los responsables del Departamento Real de Irrigación de Tailandia montaron y probaron el dispositivo, antes de cederlo en abril de 2003 al Reino de Bélgica durante un acto en el que participaron Su Alteza Real, la Princesa Maha Chakri Sirindhorn, y Su Majestad la Reina Fabiola de Bélgica. El aireador fue acogido con gran entusiasmo. Para los visitantes del parque, su sutil y discreta procesión por el lago, en medio de una fina nube de aspersiones y del sonido del agua al caer, resulta misteriosamente encantadora. Cuentan que incluso los pescadores locales se han convertido en defensores del aireador al descubrir los beneficios de la oxigenación y darse cuenta de que no sólo no ahuyenta a los peces sino que los protege contra las enfermedades.

Esta serie proseguirá con un artículo en el que se presentan ejemplos del uso del sistema de propiedad intelectual como motor del crecimiento económico en otros países de la región de Asia y el Pacífico.



EL VALOR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA CONTABILIDAD (Parte II)

PARA LOS DIRECTORES

Ventajas de la presentación de informes sobre P.I.

- Comunicar el valor de la P.I. a los inversores
- Mostrar qué tipo de P.I. posee la empresa
- Expresar el valor de la P.I.
- Explicar la manera en que la P.I. está vinculada a los segmentos empresariales

PARA LOS INVERSORES

- Obtener información sobre el grado de crecimiento que fomenta la P.I.
- Ofrecer datos adecuados para las previsiones de ingresos/ventas
- Calcular más adecuadamente los riesgos/rendimientos de las inversiones
- Comprender mejor la naturaleza de un negocio
- Aumentar la predictibilidad y disminuir la volatilidad

Aumento de los costos de capital

A los inversores no les gusta invertir sin tener datos fiables. A mayores ganancias a menudo corresponden mayores riesgos, aunque los inversores cobran una prima en las transacciones en las que no puede determinarse adecuadamente el índice de riesgo, aumentando así los costos en que incurren los acreedores al obtener créditos.

La idea de los inversores según la cual las inversiones en empresas que dependen en gran medida de activos de P.I. son más arriesgadas no viene dada por la P.I. en la que se basa la inversión: es consecuencia de un sistema de presentación de informes financieros que suministra información insuficiente acerca de la P.I. Con arreglo a las normas vigentes de presentación de ese tipo de informes, los contables y peritos financieros no tienen en cuenta la P.I.. Resulta por lo tanto difícil para esas empresas cumplir los requisitos de financiación de las instituciones financieras. Como no se comunica adecuadamente la

información relativa a la P.I., existe una falta de conciencia y cierto grado de escepticismo sobre las posibilidades de financiación para las empresas sobre la base de sus activos de P.I. Esto refuerza la tradicional reticencia de los inversores a la financiación de empresas sobre la base de la P.I.

En el mercado bursátil, los sectores que dependen fuertemente de la P.I., como la alta tecnología o las empresas farmacéuticas, son considerados sectores de alto riesgo para la inversión y sus acciones son más volátiles que las de las industrias basadas en activos tangibles, es decir, las de las empresas tradicionales. Además de los riesgos tecnológicos inherentes a la innovación, esto puede explicarse debido a la percepción inadecuada existente en el mercado de capitales respecto de la P.I. Como la P.I. no está reflejada adecuadamente en la contabilidad, los inversores tienen poca o inadecuada información sobre los activos y pasivos de P.I. de las empresas. Por lo tanto, es difícil evaluar adecuadamente los riesgos y beneficios de la inversión. El vacío de información que existe en

En la primera parte del presente artículo (publicada en el número de mayo/junio de la Revista de la OMPI), se ponían de relieve los mecanismos que permiten a una empresa reflejar en sus informes contables el valor de su propiedad intelectual (P.I.) conforme a las normas vigentes de contabilidad y cómo pueden mejorarse dichos mecanismos. En la segunda parte se analiza la incidencia comercial de los sistemas actuales de presentación de informes financieros y se señala cómo una empresa puede mejorar su situación presentando un informe sobre sus activos de propiedad intelectual.*

La propiedad intelectual es valiosa para las empresas, independientemente de que cuenten o no con un sistema adecuado de presentación de informes. Como la P.I. no figura explícitamente en el balance y las inversiones dedicadas a la creación de P.I. normalmente se cargan como gastos a medida que se efectúan, tanto los ingresos como el valor contable del patrimonio aparecen infravalorados en el modelo contable. Esto tiene dos consecuencias. En primer lugar, aumenta el costo de capital, lo que supone que para las empresas que dependen en gran medida de activos de P.I. probablemente sea aún más difícil superar los obstáculos de financiación. En segundo lugar, la gestión resulta mucho más difícil, puesto que no se dispone de información adecuada sobre todos los activos y pasivos de la empresa.



* Los comentarios sobre el presente artículo pueden enviarse al Departamento de Propiedad Intelectual y Desarrollo Económico: ipedd@wipo.int.

torno a la P.I. distorsiona enormemente las medidas de evaluación del rendimiento utilizadas. De ahí que los índices de evaluación como la relación precio/beneficio, el índice precio/venta o el valor de mercado/contable, puedan estar distorsionados debido a la presentación inadecuada de informes sobre P.I., puesto que se trata de índices que se calculan sobre la base de los datos proporcionados en el balance. Como la P.I. no figura en el informe financiero, los cálculos no ofrecen una evaluación correcta de la rentabilidad de la empresa.

Obstáculos para la gestión

La escasez de información relativa a la P.I. también influye en el proceso de gestión empresarial. Como se asigna la mayoría del espacio del balance a los activos y pasivos tangibles, la gestión se centra fundamentalmente en esos elementos comerciales, elementos que en la economía contemporánea basada en los conocimientos han dejado de ser los factores principales a la hora de determinar el éxito de un número creciente de empresas. Como señala Roger Carlile, socio de *KPMG*, "actualmente las empresas pasan la mayor parte del tiempo gestionando un porcentaje reducido de sus activos (los activos tangibles)". Explica asimismo que "debido a la presión que se ejerce sobre la dirección de la empresa para obtener una cuenta de resultados satisfactoria, es difícil convencer a los directores de empresa para que inviertan dinero en la instalación de mecanismos de gestión de la propiedad intelectual de la empresa si no resulta evidente el valor que pueden aportar estas actividades".

Como los activos de P.I. no están reflejados adecuadamente en el balance, resulta muy difícil para la dirección de la empresa prestar mayor atención a la

elaboración y al perfeccionamiento de sus estrategias de P.I. En un estudio realizado por la empresa de consultoría en gestión *McKinsey & Company* se concluye que las empresas de los Estados Unidos de América (E.E.UU.) obtienen por término medio un máximo del 0,5% de sus ingresos de explotación a través de la concesión de licencias de P.I. No obstante, *McKinsey* calcula que las empresas podrían obtener hasta el 10% de sus ingresos con la venta o concesión de licencias de P.I.² Rivette y Kline calculan que el 67% de las empresas estadounidenses poseen activos de P.I. que no se explotan comercialmente de ninguna manera, lo cual pone de manifiesto hasta qué punto puede ser grave la falta de comunicación adecuada.³

¿Qué pueden hacer las empresas para solucionar este problema?

Lo esencial es comunicar

El lenguaje matemático utilizado en contabilidad es exacto, claro y conciso, pero elimina los matices y las informaciones detalladas tan pertinentes a la hora de comunicar adecuadamente el valor de la P.I. Aunque prosiguen los debates sobre la reforma de la contabilidad, se recomienda a las empresas que dependen en gran medida del uso de la P.I. que **divulguen voluntariamente la información** sobre la P.I. que poseen o a la que tienen acceso mediante licencias, franquicias, comercialización o alquiler de productos.

La publicación de un informe de P.I. conjuntamente con los informes de contabilidad puede ser una buena solución provisional para llenar los vacíos de comunicación actuales. Las ventajas que presenta la publicación de informes de P.I. superan con creces los costos que conlleva. El proceso de elaboración de informes de P.I. puede



generar una nueva perspectiva de gestión. Los informes de P.I. pueden convertirse en instrumentos poderosos que ayuden a mejorar de manera significativa la imagen que la empresa tiene de sí misma y a fortalecer su posición desde el punto de vista de los inversores y otros actores del mercado.⁴

Los puntos que figuran a continuación deberían resultar útiles para la elaboración de informes simples de P.I. En estos informes **no deberán divulgarse** secretos comerciales ni ninguna información que deba mantenerse en secreto. El informe no deberá consistir en una simple lista de activos de P.I., sino que en él se tratará de **explicar** cómo la P.I. de la empresa está vinculada a su estrategia empresarial. Por ejemplo, se indicará la manera en que le proporciona exclusividad en el mercado o acceso a recursos escasos o a nuevos mercados.

Directrices para la elaboración de informes de P.I.

Un informe de P.I. debe incluir un resumen y vincular las fuentes de ingresos a la P.I. de la empresa. En el resumen deben analizarse los procedimientos comerciales, el plan y la estrategia básicos de la empresa y mostrar de qué manera la P.I. contribuye a la cuenta de resultados de ésta. También habrá que explicar cómo obtiene ingresos la empresa y qué papel desempeña la P.I. en la empresa en relación con la generación de ingresos.

Cuestiones que deben tenerse presentes durante la elaboración del informe:

- ▶ Al indicar las fuentes de ingresos deberá mostrarse claramente cuáles han sido los rendimientos procedentes de segmentos empresariales protegidos por la P.I. Por ejemplo, se señalará en qué manera contribuyen los secretos comerciales o las patentes de la empresa a innovar/mejorar la funcionalidad o las características de sus servicios o productos en comparación con los de sus competidores; en qué manera las marcas que tiene registradas la empresa contribuyen a la imagen, el reconocimiento, la reputación o la estrategia de desarrollo de marcas de la empresa o de los productos o servicios de ésta en el mercado a la hora de consolidar su clientela o atraer a nuevos clientes; cómo se utilizan los diseños industriales para proteger la presentación o el aspecto singular de los productos de la empresa; en qué manera los secretos comerciales, como los conocimientos técnicos o las ideas comerciales, hacen que la empresa se distinga de las demás.
- ▶ En el informe también deberá vincularse la P.I. de la empresa con su posición en el mercado. Deberá señalarse cómo la titularidad de activos de P.I. ayuda a que la empresa adquiera/afiance/mejore su cuota de mercado o sus beneficios, cómo la P.I. sirve de barrera para impedir la entrada de otros competidores en un mercado en particular, o cómo la P.I. facilita a la empresa alguna forma de exclusividad en el mercado.
- ▶ Asimismo, en el informe deberá mostrarse cómo la P.I. de los competidores supone una amenaza para la empresa. Habrá que señalar si la empresa posee un margen de maniobra para utilizar nuevas ideas,

Referencias bibliográficas

Instituto Internacional de la Propiedad Intelectual: *Accounting Standards in the New Economy: Executives Address Reporting the Value of Intellectual Property*, Washington D.C., 1 de mayo de 2002: www.usa-canada.les.org/membersonly/committees/professional/financial/IIPIAccounting.pdf

Lev B/Zarowin P.: *The Boundaries of Financial Reporting and How to Extend Them*. *Journal of Accounting Research*, 1999/37.3

Licensing Executive Society: *Transcription notes of the F-16 Committee Meeting: Reporting Intellectual Property*, Washington, D.C., May 2, 2002: www.usa-canada.les.org/membersonly/committees/professional/financial/F_16.pdf

Moehrle Stephen R./Reynolds-Moehrle Jennifer: *Say good-bye to Pooling and Goodwill Amortization*, *Journal of Accountancy*, 2001/9: www.aicpa.org/pubs/jofa/sept2001/moehrle.htm

Sullivan P. H.: *Value Driven Intellectual Capital. How to Convert Intangible Corporate Assets into Market Value*. Nueva York, 2000. John Wiley

White G.I./Sondhi A.C./Fried D.: *The Analysis and Uses of Financial Statements*. Nueva York, 1994. John Wiley

Woodward C.: *Accounting for Intellectual Property*, Londres, 2003; *PriceWaterhouseCoopers*: www.pwc.com/gx/eng/ins-sol/publ/ipvalue/pwc_2.pdf

conceptos, invenciones e innovaciones, sin estar obligada a pedir permiso previamente (lo que puede conllevar la necesidad de efectuar un pago) para elaborar un producto o servicio nuevo o mejorado o añadir nuevas características a un producto o servicio ya existente.

La presentación de un informe de P.I. ofrece a los ejecutivos de la empresa una oportunidad ideal de demostrar sus capacidades de gestión en relación con la explotación y obtención de ingresos procedentes de la P.I., al poder reseñar qué estrategia sis-

temática lleva a cabo la empresa para explotar los beneficios comerciales de la P.I.. Esto ayudará a los inversores a entender de qué manera se coordina la política de investigación y desarrollo de la empresa con su estrategia de P.I. y sus objetivos comerciales. Mediante la presentación de un informe sobre P.I., los ejecutivos de la empresa pueden mostrar que la P.I. contribuye a aumentar los ingresos y establecer lazos de colaboración y vínculos comerciales.

1. Entrevista con Roger Carlile en: *Intellectual Property: Managing all-important intangibles of the information age*. (Véase www.jang.com.pk/thenews/investors/may99/temp6.htm).

2. Elton J./Shah B./Voyzey J.: *Intellectual Property: Partnering for Profit*. *McKinsey Quarterly* 2002/4, (Véase www.mckinseyquarterly.com).

3. Rivette K. G./Kline D.: *Rembrandts in the Attic. Unlocking the Hidden Value of Patents*. Cambridge MA 2000, Harvard Business School Press.

4. Lev ha puesto de manifiesto la repercusión que tiene en el precio de las acciones de las empresas farmacéuticas el hecho de comunicar adecuadamente al mercado de capitales que ha sido aprobado un medicamento. Cuando el medicamento aprobado se difunde sin ningún tipo de declaración, el precio de las acciones aumenta en un 0,51%, mientras que si va acompañado de información de tipo cualitativo, aumenta en un 1,13% y si se añade información de tipo cuantitativo, aumenta en un 2,01%. Lev B.: *Communicating Knowledge Capabilities*. *New York University* 1999, pages.stern.nyu.edu/~blev/research.html.

LA CREACIÓN DE INSTITUCIONES DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN LOS PAÍSES MENOS ADELANTADOS (PMA)

El número de países catalogados como países menos adelantados (PMA) es hoy de 50, con inclusión de 23 de los 24 miembros originales del grupo (la excepción es Botswana). En los últimos 33 años, el número de PMA se ha duplicado considerablemente. De los 50 PMA, 34 son africanos, 15 se encuentran en Asia y el Pacífico y uno pertenece a la región de América Latina y el Caribe. 16 de los 50 PMA están desprovistos de litoral, lo cual, unido a otras características geográficas de la mayoría de los PMA, ocasiona elevados costos de transporte que claramente afectan de forma negativa a su desarrollo económico en general. Los PMA insulares tienen que hacer frente a problemas derivados de su tamaño reducido, su insularidad y su alejamiento de los principales centros económicos.

En la OMPI se ha creado un programa especial para PMA y se ofrece a estos países una asistencia tangible gracias al proyecto WIPONET (que ya ha entrado en funcionamiento), a la Academia Mundial de la OMPI y a sus actividades en los ámbitos de la gestión colectiva del derecho de autor y los derechos conexos, los conocimientos tradicionales y las pequeñas y medianas empresas (Pymes). No obstante, en los PMA aún sigue siendo escaso el uso que se hace del sistema de propiedad intelectual (P.I.) y son pocos los que han establecido instituciones de P.I. Quienes desean crear este tipo de instituciones y crear vínculos de colaboración entre las mismas no disponen de una bibliografía de referencia adecuada. Durante el próximo año, la Revista de la OMPI incluirá una serie de artículos dirigidos a los PMA con el fin de satisfacer sus necesidades en materia de P.I. y en particular, en relación con la creación de instituciones de P.I. En el presente artículo se ofrece una panorámica de la situación actual de los PMA y se explica en qué consisten las instituciones de P.I.

Cambios mundiales en la creación de instituciones

La economía mundial está experimentando una serie de cambios propiciados por los rápidos avances tecnológicos y la liberalización de las políticas. Estos cambios traen consigo nuevas tecnologías y nuevas técnicas de gestión, diversos tipos de vínculos y relaciones entre la industria y la ciencia y un incremento de los flujos

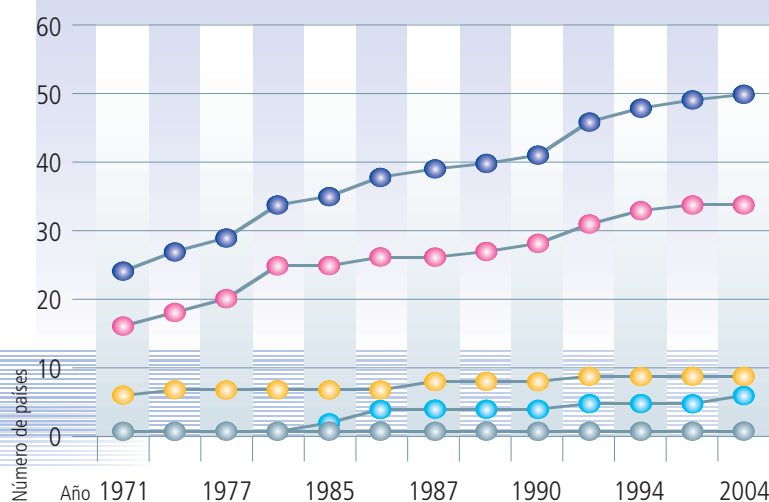


Fotografía: FAO/19698/Bazzani

de información intercambiados entre agentes económicos. Están dando lugar a una transformación de las relaciones económicas internacionales en lo referente a los modelos comerciales y la ventaja comparativa, los flujos de capital, la tecnología y las personas, y la creación y titularidad de la información y los derechos de propiedad. Si bien los países industrializados son el motor directo de estos cambios tecnológicos, los países en desarrollo y los PMA también se ven directamente afectados por ellos en su calidad de actores económicos de la economía mundial.

Evolución de los PMA en los últimos 33 años

43 PMA son Estados miembros de la OMPI. Entre 1990 y 2004 se han adherido a la OMPI los siguientes PMA: Bhután, Cabo Verde, Camboya, Chad, Comoras, Djibouti, Eritrea, Etiopía, Gambia, Guinea, Guinea Ecuatorial, República Democrática Popular Lao, Mozambique, Myanmar, Nepal, Samoa y Santo Tomé y Príncipe.



La evolución tecnológica ha brindado a los países industrializados prosperidad económica y progreso social, mientras que la participación de los PMA en la producción mundial es actualmente inferior al 1%. De hecho, el patrimonio de las tres o cuatro personas más ricas de los países industrializados supera el conjunto del producto interior bruto (PIB) de los 50 PMA, cuya población total rebasa los 750 millones de personas.* En términos nominales, el PIB medio per cápita de los PMA equivale a una sexta parte del de los países en desarrollo y a una centésima parte del de los países industrializados. Asimismo, en cuanto a poder adquisitivo, el PIB per cápita de los PMA sólo alcanza las tres décimas partes del de los países en desarrollo y una vigésima quinta parte del de los países industrializados.

El entorno actual de los PMA es muy distinto del que dio lugar a la mayoría de las estrategias e instituciones de desarrollo. Por lo tanto, es necesario adaptarse cuanto antes a los cambios, eligiendo el rumbo adecuado.

La pertinencia de la propiedad intelectual

En los últimos años, la propiedad intelectual (P.I.) está cobrando gran interés público, provocando muchos debates y convirtiéndose en un tema recurrente al hablar de la "diplomacia del conocimiento". En el centro del debate se encuentran los elementos clave que se han de equilibrar adecuadamente en materia de propiedad intelectual: la protección y la difusión. En algunos países, el sistema de P.I. se ha convertido en un factor determinante de la prosperidad en la actual economía de los conocimientos. Otros lo consideran como una nueva forma de protección comercial en declive, como los aranceles, las medidas no arancelarias y las subvenciones. La P.I. también plantea preocupaciones económicas, sociales y morales esenciales en relación con el patentamiento de ciertas formas de vida y problemas relativos a la biodiversidad.

A pesar de la importancia creciente de la P.I. en los ámbitos político y

económico, las instituciones de propiedad intelectual no se conocen bien en los PMA. De hecho, los organismos de P.I. forman parte de las instituciones gubernamentales nacionales e internacionales más antiguas en la mayoría de los países desarrollados, pero son las que menos se conocen y se estudian en los PMA. La propiedad intelectual y sus elementos de base, a saber, las patentes, las marcas, el derecho de autor y los diseños, han sido objeto de estudio pormenorizado por parte de los académicos del entorno jurídico y económico y de foros técnicos especializados en los países desarrollados, pero no en los PMA.

En los PMA se carece de un enfoque general que considere los organismos de propiedad intelectual como instituciones de desarrollo. Esto se da en particular en los PMA que tratan por primera vez de comprender las bases institucionales propias de este sector. A escala internacional, es evidente la ausencia del tema en la literatura económica, a pesar del interés suscitado recientemente por el comercio y la propiedad intelectual y los problemas institucionales planteados por estas cuestiones, y no existe aún ningún estudio básico que se centre en las instituciones de P.I. como entidades gubernamentales de reglamentación y desarrollo. En la mayoría de las esferas políticas e institucionales de los PMA, a saber, a nivel social, industrial, comercial y sanitario, se cuenta con estudios institucionales básicos. Sin embargo, eso no sucede con las cuestiones de propiedad intelectual, y en particular resulta difícil acceder a estudios sobre este tema para los dirigentes gubernamentales, administradores y políticos.



Fotografía: FAO/149946.d. Onofrio

La razón de ser de las instituciones de P.I.

En su calidad de instituciones prácticas, los organismos de P.I. tienen por finalidad principal garantizar el equilibrio necesario entre protección y difusión en las políticas de P.I. En términos generales, esto significa establecer y supervisar normas que hacen posible ese equilibrio entre la protección de las creaciones e invenciones de la mente humana y la difusión de dichas creaciones para beneficiar al conjunto de la sociedad. El primer aspecto que presentaremos en esta descripción conceptual de las instituciones de P.I. es una reseña centrada en la protección y difusión de estas creaciones y temas relacionados con ellas.

Tanto a nivel nacional como internacional, el equilibrio entre protección y difusión en las políticas de P.I. es una expresión de lo que se considera justo y refleja el conflicto de intereses que puede haber entre el bienestar económico mundial y el nacional o regional. Sin embargo, para llegar a ese equilibrio es necesario recurrir a un complejo entramado de agencias e instituciones nacionales e internacionales que se ven sometidas a la presión que ejercen sobre ellas los intereses comerciales, los profesionales de la P.I., los distintos grupos de usuarios de la P.I. y los gobiernos. Uno de los fundamentos de los organismos de P.I. es el papel que desempeñan en el campo de la protección y su consiguiente contribución al desarrollo socioeconómico. En este contexto, la OMPI es un foro en el que los PMA pueden colaborar con otros países y organizaciones para crear sistemas de P.I. que brinden soluciones de compromiso y tengan igualmente en cuenta la protección y la difusión.

Teniendo presente lo anterior, esta serie de artículos sobre la creación de instituciones de P.I. en los PMA está destinada a ofrecer información de fondo sobre el tipo y la estructura de las oficinas de P.I. existentes para que sirvan de ejemplo o modelo a los PMA cuando creen sus oficinas de P.I. El objetivo no es copiar estas oficinas y sus estructuras, sino aprovechar su experiencia y comprender de qué manera se han ajustado y modificado para hacer frente a los cambios que han ido surgiendo en las relaciones sociales, económicas, políticas, culturales y tecnológicas durante los años 1980 y 1990, y a principios de este siglo.

En estos artículos se identificarán y se debatirán cuestiones relativas a la creación de instituciones de P.I. tales como los componentes principales de las instituciones y estructuras de P.I.; las instituciones nacionales de P.I. como organizaciones basadas en los conocimientos y su naturaleza y estructura; las estructuras y fuentes de financiación autónomas de la P.I.; y el establecimiento de redes y asociaciones entre instituciones. Cuando proceda, se reseñarán los programas que la OMPI pone a disposición para prestar ayuda a los PMA.

¿Qué se entiende por instituciones?

El término "institución" se utiliza en esta serie de artículos en un sentido amplio para referirse a diversas asociaciones, organizaciones y redes encargadas de velar por la observancia de los derechos. A diferencia de los organismos de formulación de políticas, es decir, de la formación de objetivos y resultados deseados, las instituciones establecen normas de comportamiento, por ejemplo, por las cuales deberán regirse los agentes en juego y las organizaciones a la hora de aplicar normas y códigos de conducta con el fin de alcanzar los objetivos que se hayan fijado. Las políticas afectan a la evolución de las instituciones, y éstas afectan a su vez al proceso de aprobación de políticas. Quienes crean las instituciones proceden de diversos ámbitos, pudiendo tratarse de formuladores de políticas, empresarios o miembros de ciertas comunidades. Las instituciones formales disponen de normas escritas que han sido incorporadas a sus leyes por los gobiernos y de normas codificadas y adoptadas por instituciones privadas y organismos públicos y privados que actúan de conformidad con el Derecho público.*

A medida que los países se desarrollan, aumenta el número y la variedad de interlocutores con los que los actores del mercado se relacionan, y las transacciones comerciales se vuelven más complicadas y precisan de instituciones más formales. Del mismo modo, los organismos públicos y privados pueden engendrar instituciones formales que les permitan llevar a cabo una mayor diversidad de actividades. La formulación de buenas políticas no es más que un primer paso, aunque no resulta suficiente por sí sola. Los pormenores de la creación de instituciones, a saber, el establecimiento de redes y asociaciones y la formulación de normas, influyen en el crecimiento y en la lucha contra la pobreza.

La creación de instituciones es un proceso que lleva tiempo y durante el cual un país puede quedarse estancado o ver su situación empeorada a raíz de

un conflicto político o del deterioro de sus condiciones socioeconómicas. Éste es un fenómeno que ha afectado a varios PMA en los últimos 40 ó 50 años debido a factores internos y externos. Se han extraído muchas lecciones sobre la forma en que se deben implantar los cambios y la importancia de las normas y la cultura propias de cada país. La creación de instituciones suele consistir en un proceso acumulativo donde intervienen cambios que afectan a distintos ámbitos que se complementan y se apuntalan entre sí. En la actualidad, las instituciones de P.I. desarrollan su labor en estrecha colaboración con otras instituciones. Por lo tanto, no deben considerarse como entidades autosuficientes o autárquicas, sino como un instrumento de política importante, eficaz y especialmente relevante a la hora de tratar diversos problemas socioeconómicos, tecnológicos y políticos. Es necesario atender al desarrollo de las competencias imprescindibles para gestionar la P.I. y hacer uso de ella, especialmente en los PMA.

Los acuerdos institucionales sobre P.I. que actualmente se dan en diversos países varían en función de una serie de factores nacionales, regionales e internacionales. De ahí que no se deba suponer que un país en particular ha agotado todas las combinaciones institucionales aptas para favorecer un sistema de propiedad intelectual sano y fuerte. Bien es cierto que algunos países necesitan un tipo de instituciones en particular, pero las posibilidades institucionales de atender esa necesidad son ilimitadas. No se trata de establecer sistemas indivisibles que avancen o se derrumben a la vez. Siempre existen alternativas capaces de satisfacer una misma necesidad práctica. Es importante contar con una dosis de sano escepticismo en relación con la posibilidad de que un tipo específico de institución, por ejemplo, cierto modo de gobernanza o legislación, sea el único compatible con el buen funcionamiento de una institución de P.I.

* Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): *Informe sobre Desarrollo Humano*, 1998, 1999 y 2000, *pássim*.

EL PCT EN EL PUNTO DE MIRA: PATENTAMIENTO DE TECNOLOGÍAS PARA UN AIRE MÁS PURO



El mercado mundial de la energía eléctrica está experimentando un crecimiento excepcional. Sólo ya en los Estados Unidos de América, se considera que las nuevas centrales eléctricas generarán más de 500 gigawatts anuales de electricidad de aquí al año 2020, lo que supone más del doble de la producción correspondiente a 2001. No obstante, los constructores de estas nuevas centrales, y en particular los de aquéllas en las que se va a generar la electricidad a partir de gas natural o carbón, deberán tener en cuenta aspectos medioambientales tales como el cambio climático y el calentamiento planetario. Se trata de auténticos problemas que no pueden pasarse por alto, dado que plantean dudas sobre la forma en que se pueden eliminar los gases nocivos emitidos durante la combustión de los combustibles fósiles, a saber, gases como el dióxido de azufre (SO₂), los óxidos de nitrógeno (NO_x) y el mercurio (Hg). Otra preocupación de igual importancia para los productores de energía es conseguir eliminarlos a un precio asequible.

En el presente artículo se estudia el éxito de *EnviroScrub Technologies Corporation*, una empresa estadounidense que está innovando en

este campo. Esta empresa ha patentado una tecnología de depuración, el *Pahlman Process*[™], que ofrece múltiples posibilidades de captura de los contaminantes en un solo reactor, algo sin precedentes. La clave del éxito de *EnviroScrub* ha sido su campaña mundial de comercialización, realizada gracias a la amplia protección internacional por patente que ofrece el sistema del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT).

Antecedentes y perfil de la empresa

EnviroScrub Technologies inició sus operaciones en el año 2000 en el mercado de la lucha contra la contaminación del aire. Su objetivo concreto era convertirse en líder mundial de un negocio rentable, el de la eliminación de los contaminantes SO_x/NO_x/Hg resultantes de la combustión de combustibles comunes y de las emisiones industriales. *EnviroScrub Technologies* ha desarrollado invenciones y obtenido varias patentes, permitiendo avances considerables en las tecnologías de preservación del aire puro. Con ese fin adquirió nada más iniciar su andadura lo que se ha dado en llamar la tecnología *Pahlman Process*[™]. Además de ofrecer los medios idóneos para eliminar los contaminantes del aire señalados anteriormente, que se hallan en los gases de combustión resultantes de la generación de electricidad a base de carbón, la tecnología *Pahlman Process*[™] también permite eliminar eficazmente otros gases peligrosos y metales pesados de las emisiones industriales. *EnviroScrub Technologies* ha tomado la iniciativa de desarrollar, comercializar y conceder licencias de su tecnología seca, el *Pahlman Process*[™], a las empresas de electricidad y firmas industriales de todo el mundo y ha firmado acuerdos

estratégicos con empresas clave de la industria energética, tales como *Minnesota Power*, *Nooter/Eriksen* y *Air Cure*. Gran parte de los recursos financieros de *EnviroScrub Technologies* se invierte en actividades de investigación y desarrollo, ámbito en el que la empresa colabora con centros académicos de investigación como la Universidad de Dakota (reconocida a escala internacional en el ámbito de los sistemas avanzados de energía) y la Universidad del Minnesota-Duluth (famosa por su labor en investigación aplicada en la esfera de los minerales y otros recursos naturales).

Especialidad tecnológica

El sorbente *Pahlmanite*[™] es un polvo mineral de color negro que ha sido desarrollado por el desaparecido ingeniero de minas John Pahlman y el equipo de investigación y desarrollo de *EnviroScrub Technologies*. Este sorbente absorbe cualquier rastro de los óxidos de azufre y nitrógeno, productos tóxicos derivados de la quema de combustibles fósiles en las centrales eléctricas, y presentes en los gases resultantes de la combustión y los procesos industriales. Los óxidos de azufre y nitrógeno, SO_x y NO_x respectivamente, son los principales componentes de la lluvia ácida y el *smog* o niebla industrial. Además, mediante este proceso se crean productos finales que pueden ser usados para fabricar detergentes, fertilizantes y conservantes alimentarios.

La tecnología *Pahlman Process*[™] permite eliminar numerosos contaminantes por medio de un proceso seco en una, dos o más etapas y presenta una eficacia mayor que cualquier otro sistema disponible actualmente en el mercado. Este proceso no sólo elimina los flujos residuales nocivos sino que

permite crear productos derivados comercializables y su precio es muy inferior al de otras tecnologías comparables. Según *EnviroScrub Technologies*, se puede eliminar simultáneamente el 99% de los SO_x y NO_x a un precio considerablemente inferior a los costos de capital y operación de las tecnologías convencionales. La tecnología *Pahlman Process*[™] también permite eliminar el 97% del mercurio oxidado y el 99% del mercurio elemental mediante el mismo proceso.

Estrategia general de patentamiento y uso del PCT

EnviroScrub Technologies ha adoptado una estrategia de patentamiento coherente y eficaz. Ha conseguido varias patentes en los Estados Unidos para su tecnología de eliminación de contaminantes *Pahlman Process*[™] y ha solicitado patentes sobre la producción y regeneración de los compuestos del sorbente del cual es propietario y sobre métodos de filtrado de aguas. El *Pahlman Process*[™] también ha sido objeto de varias solicitudes PCT, de las cuales la última fue publicada en mayo (WO 2004/037369).

EnviroScrub Technologies señala que debe la consolidación de su cartera de propiedad intelectual de alcance mundial al sistema del PCT de la OMPI, gracias al cual ha podido proteger su tecnología en todo el mundo. *EnviroScrub Technologies* cita dos características del PCT cruciales a la hora de elegir este sistema: la calidad de los informes de búsqueda y examen y el aplazamiento del pago de ciertas tasas correspondientes a la entrada en la fase nacional hasta 30 ó 31 meses. El uso del PCT presenta otras ventajas como la sencillez y comodidad de su mecanismo de presentación de una



Unidad móvil de *EnviroScrub Technologies* en las instalaciones de la *Potlatch Paper Corporation*

única solicitud de patente con efecto en varios países. Además, ofrece varias medidas destinadas a garantizar su buen funcionamiento y fácil utilización, que permiten al usuario corregir errores eventuales.

EnviroScrub Technologies ha entrado en la fase nacional del sistema del PCT en varios países, en particular, por conducto de la Oficina Europea de Patentes y la Oficina Eurasíatica de Patentes. Obtuvo su primera patente internacional (que abarca los países de la región eurasiática) en octubre de 2003, patente que ofrece protección a *EnviroScrub Technologies* en la Federación de Rusia, quinto consumidor mundial de carbón.

Gracias a las patentes que ha obtenido y solicitado *EnviroScrub Technologies* sigue desarrollando su estrategia de comercialización a escala mundial. Ha establecido un acuerdo de concesión de licencias con *Nooter/Eriksen* en lo que respecta a la comercialización de su tecnología en todo el mundo, y tiene previsto hacerla llegar a los países en desarrollo y en particular a aquéllos que dependen de combustibles fósiles. Algunos países como

la India, que figura como tercer consumidor mundial de carbón en el "Statistical Review of World Energy 2001" de *British Petroleum*, representan mercados a los que lógicamente va dirigida la tecnología *Pahlman Process*[™]. *EnviroScrub Technologies* tiene previsto entrar en la fase nacional de países como la India y Nigeria (por conducto de la Organización Regional Africana de la Propiedad Industrial, ARIPO) gracias a las últimas solicitudes PCT que ha presentado.

Para más información sobre la función del PCT como herramienta de planificación de estrategias empresariales de patentamiento, sírvase consultar www.OMPI.int.

Agradecimientos

1. Revista **Modern Power Systems** – Noviembre de 2002
1. Revista **Power Engineering** – Mayo de 2002
3. Periódico de Minnesota **Star Tribune** – 18 de abril de 2002
4. Sitio Web de **EnviroScrub Technologies** www.enviroscrub.com

SEMINARIO SOBRE P.I. PARA PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS

La OMPI y la Asociación Internacional de Parques Tecnológicos (IASP) han organizado un programa de formación de tres días sobre propiedad intelectual destinado a ejecutivos y otros



miembros del personal de parques tecnológicos e incubadoras de empresas, centros específicamente concebidos para ayudar a las empresas durante las etapas iniciales de su desarrollo comercial. Al seminario, celebrado en Ginebra del 28 al 30 de junio, asistieron 33 participantes procedentes de 14 países, que propusieron soluciones para permitir a los parques tecnológicos y a las incubadoras de empresas atender mejor las necesidades relacionadas con la propiedad intelectual de sus empresas clientes.

La decisión de organizar el seminario respondió a una fuerte demanda de los ejecutivos de incubadoras y parques tecnológicos para obtener formación sobre gestión de la propiedad intelectual. Los oradores que intervinieron ofrecieron una visión general de los principales derechos de propiedad intelectual y abordaron cuestiones relativas a la importancia que reviste la propiedad intelectual para las empresas basadas en investigación y desarrollo (I+D). Uno de los días estuvo dedicado a impartir formación sobre concesión de licencias y transferencia de tecnología, con objeto de mejorar la comprensión de los participantes acerca de la función de la propiedad intelectual en la concesión de licencias de tecnología, así como de prestar asesoramiento de carácter práctico sobre la manera de llevar a cabo las negociaciones sobre la concesión de licencias. El último día estuvo dedicado a una sesión práctica sobre cómo utilizar las bases de datos de patentes con el fin de obtener información técnica, jurídica y comercial extremadamente valiosa para empresas e investigadores.

La Directora General Adjunta de la OMPI, Sra. Rita Hayes, se dirigió a los participantes poniendo de relieve la importancia que reviste la colaboración de la OMPI y la IASP en el fomento de una toma de conciencia respecto de la importancia de la propiedad intelectual en la creación y la gestión de nuevas empresas en el nuevo entorno empresarial sumamente dependiente de los conocimientos. El Director General de la IASP, Sr. Luis Sanz, destacó la necesidad de crear capacidad en los parques tecnológicos y las incubado-

ras en el ámbito de la propiedad intelectual con el fin de ayudar a las empresas y las instituciones de I+D a explotar su capacidad innovadora.

La propiedad intelectual como elemento clave del desarrollo comercial

“En la actual economía de los conocimientos, es importante que los responsables de los parques tecnológicos y las incubadoras tengan un buen conocimiento de la propiedad intelectual con miras a prestar a las empresas clientes un apoyo sólido que les permita satisfacer sus necesidades empresariales más urgentes”, declaró el Sr. Guriqbal Singh Jaiya, Director de la División de Pymes de la OMPI. “Los parques tecnológicos van mucho más allá de las operaciones con bienes inmuebles. Son suministradores clave de servicios de desarrollo comercial a las empresas, y la propiedad intelectual representa uno de los ámbitos más destacados en que las empresas basadas en tecnología y las instituciones de I+D requerirán apoyo de carácter profesional”.

Los parques tecnológicos son organizaciones gestionadas por profesionales especializados cuyo principal objetivo es incrementar la riqueza de sus clientes, promoviendo la cultura de la innovación y la competitividad de las empresas. Con el fin de cumplir estos objetivos, los parques tecnológicos potencian y gestionan el flujo de conocimientos y de tecnología entre universidades, instituciones de I+D, empresas y mercados; asimismo facilitan la creación y el crecimiento de las empresas basadas en la innovación mediante la incubación y procesos

derivados; además, proporcionan otros servicios de valor añadido, y espacios e instalaciones de alta calidad. El principal objetivo de una incubadora de empresas es generar negocios exitosos y financieramente viables.

A menudo, la finalidad de la creación de empresas de alta tecnología ubicadas en parques tecnológicos e incubadoras consiste en comercializar tecnologías innovadoras o prestar servicios innovadores. Tales empresas generalmente dependen de los resultados de las investigaciones llevadas a cabo en universidades y/o centros de investigación. El sistema de propiedad intelectual es un instrumento clave para fomentar la transferencia de tecnología desde las universidades y las instituciones de investigación al sector privado con fines de comercialización.

Durante el seminario, la OMPI y la IASP convinieron en seguir organizando actividades dirigidas a ejecutivos y otros miembros del personal de los parques tecnológicos y las incubadoras, con el fin de ayudarles a prestar apoyo relacionado con propiedad intelectual a sus empresas clientes. Entre esas actividades se incluye la organización de reuniones y coloquios a escala internacional y regional.

Estudio sobre los servicios de propiedad intelectual de las incubadoras de tecnología

En el *Estudio de la OMPI sobre los servicios de propiedad intelectual que brindan las incubadoras tecnológicas europeas*, finalizado el año pasado, se demuestra que la mayoría de las incubadoras objeto del estudio – el 60% – cuenta con personal responsable de asistencia en materia de propiedad intelectual. En el estudio, realizado para acopiar información sobre los servicios de propiedad intelectual que ofrecen las incubadoras de tecnología a sus clientes, se deja también constancia de que el 57% de estas incubadoras de tecnología considera la posesión de derechos de propiedad intelectual o de licencias para utilizar los derechos de terceros un factor muy importante o bastante importante a la hora de seleccionar a sus clientes.

Estos datos demuestran que las empresas que no hayan protegido su tecnología innovadora, no hayan realizado búsquedas de patentes para comprobar si sus invenciones violan o no los derechos de terceros, o no hayan solicitado ninguna licencia para utilizar una determinada tecnología que pertenece a otros pueden tener problemas a la hora de llevar un nuevo producto o servicio al mercado y, por ende, tienen menos posibilidades de ser aceptadas por una incubadora de tecnologías.

En el estudio se señala que son pocas las incubadoras que prestan apoyo financiero para la solicitud de derechos de propiedad intelectual, mientras que el 40% brinda asistencia en especie, por ejemplo, ofreciendo servicios gratuitos o a precios reducidos. En el estudio se indica también que los tipos de servicios de propiedad intelectual ofrecidos a las empresas clientes y el modo de suministro varían significativamente de una incubadora a otra. Las incubadoras suelen prestar un apoyo fundamental a las empresas clientes y cuentan con la asistencia especializada de proveedores de servicios externos, como estudios privados de abogados, organismos gubernamentales, oficinas universitarias de transferencia de tecnología y otras instituciones pertinentes.

Las incubadoras ofrecen varios servicios de propiedad intelectual en sus instalaciones, y otros por conducto de socios externos y en algunos casos es posible que no faciliten ninguna asistencia por considerar que un servicio determinado se halla fuera del ámbito de los servicios que deben suministrar. Por ejemplo, el 56% de las incubadoras presta asistencia directa para solicitar registros de marcas, el 31%, para la concesión de licencias y la transferencia de tecnología, en gran parte mediante socios externos, y sólo el 10% facilita asistencia para la observancia de los derechos de propiedad intelectual.

El *Estudio de la OMPI sobre los servicios de propiedad intelectual que brindan las incubadoras tecnológicas europeas* puede descargarse en el sitio Web de las Pymes: www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/incubator_survey.pdf.

ROMPER MOLDES: NUEVAS FORMAS DE CREAR MARCAS

LA PROPIEDAD
INTELLECTUAL Y
LAS EMPRESAS

A primera vista, el olor del césped recién cortado, el color lila, el grito de *Tarzán*, el estruendo del motor de una *Harley Davidson*, el rugido del león, la forma de una píldora de *Viagra Pfizer* y el envoltorio de un caramelo de chocolate no tienen nada en común. Sin embargo, las nuevas técnicas de comercialización permiten a las empresas crear y usar estos símbolos únicos para distinguir sus productos de los de los demás, de tal forma que cualquiera de ellos podría cumplir la función de una marca.

La llegada de Internet y del comercio electrónico también ha multiplicado el número de signos que las empresas pueden usar como marcas registradas. Por ejemplo, las marcas móviles y sonoras llaman la atención de los usuarios de Internet mucho más que las marcas estáticas tradicionales.

La característica principal de una marca es que permite distinguir los bienes y servicios de una empresa de los de las demás. Tradicionalmente, las marcas consistían en palabras, letras, números o diseños. No obstante, las innovadoras tecnologías de comercialización y el comercio electrónico están acarreando una evolución de los símbolos representativos de las marcas. Cualquier signo distintivo nuevo y susceptible de ser representado gráficamente puede ser objeto de una marca no convencional. En los últimos años, muchas empresas han emprendido ese camino para ser reconocidas por los consumidores y ganarse la confianza de éstos en sus productos y servicios. La forma, el color, el sonido y el olor

particular de un producto pueden adquirir un carácter distintivo y convertirse en una valiosa marca.

Hacer uso de los sentidos

Para identificar los objetos que nos rodean, usamos los cinco sentidos: el oído, la vista, el olfato, el gusto y el tacto. Así aprendemos a distinguir los productos parecidos que existen en el mercado según la presentación de sus colores y la particularidad de su envase o incluso en función de su olor. La mayoría de las personas reconocen cierto refresco muy famoso por el color y la forma de su botella y un conocido chocolate por su forma triangular, o asocian ciertas melodías con un producto. En la práctica, el envase, el color, el sonido, el olor o incluso una sensación táctil, si resultan suficientemente distintivos, pueden caracterizar perfectamente un producto o servicio, permitiendo la identificación de la empresa que lo comercializa y distinguir ese producto de todos los demás.

Desde una perspectiva jurídica, la situación es mucho más compleja. El ordenamiento jurídico de muchos países no permite registrar un único color, sonido, olor u otro tipo de marcas similares. Las empresas que desean proteger sus marcas frente a signos similares hasta el punto de que puedan crear confusión en el mercado dependen a menudo de la salvaguarda residual que ofrece la legislación de derecho de autor, de diseños industriales, y de lucha contra la competencia desleal y contra el fraude de imitación.

Marcas tridimensionales y formas de productos

En la mayoría de los países está permitido proteger la forma de un producto en tanto que marca. Los principios generales relativos al registro de marcas, tales como el requisito del carácter distintivo, también se aplican a la forma de los productos y a las marcas tridimensionales. No se puede registrar como marca la forma de un producto si coincide con un derecho de autor protegido o con un diseño industrial perteneciente a terceros.

En la legislación sobre marcas de muchos países y regiones no se otorga protección a ciertas formas de productos. Por ejemplo, en el Artículo 3.1.e) de la Primera Directiva del Consejo de las Comunidades Europeas (89/104/CEE) se señala lo siguiente:

1. Será denegado el registro o, en el supuesto de estar registrados, podrá declararse la nulidad de:
 - e) los signos constituidos exclusivamente por:
 - ▶ la forma impuesta por la naturaleza del propio producto, o
 - ▶ la forma del producto necesaria para obtener un resultado técnico, o
 - ▶ la forma que da un valor sustancial al producto.

La decisión relativa al registro o a la prohibición del registro de la forma del producto siempre se toma tras un análisis propio del caso y de las circunstancias particulares de la marca propuesta y el producto o servicio que represente.

Presentación comercial

En términos generales, el término "presentación comercial" se refiere tanto al envase del producto como a su aspecto particular. No siempre resulta fácil distinguir el envase del aspecto del producto. Por ejemplo, si bien una botella es en sí misma un producto que sirve como contenedor, también podría convertirse en un "envase" de perfume o licor para cumplir una función relacionada con la presentación comercial. El concepto de presentación comercial sólo se aplica en ciertas jurisdicciones (por ejemplo, en los Estados Unidos de América).

Marcas animadas o basadas en imágenes en movimiento

La mayoría de los consumidores ya han visto marcas animadas o representadas por una imagen en movimiento, pero sin haberlas identificado como tales. Estas marcas a menudo aparecen al principio de las películas o en los sitios Web de Internet. Un signo animado o en movimiento llama más fácilmente la atención del consumidor que las tradicionales marcas bidimensionales o estáticas, e Internet es un medio ideal para su uso.

Las empresas deben prestar especial atención a la descripción y a la representación gráfica de la marca cuando soliciten protección para una marca animada. La mejor forma de proceder consiste en presentar por escrito una descripción pormenorizada de la secuencia de los movimientos y adjuntar dibujos de los fotogramas clave de la secuencia. También se puede completar la descripción de la imagen en movimiento correspondiente adjuntando a la solicitud un espécimen de la marca, por ejemplo, una cinta de vídeo o un disco informático y referirse al espécimen en la descripción de la marca.

A continuación figuran algunos ejemplos de marcas animadas conocidas:

Netscape Communications Corporation



Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO), Marca 2.077.148

La marca consiste en una secuencia animada de imágenes compuesta por la letra mayúscula "N" encajada a caballo de un planeta y una serie de meteoritos que van desfilando por la imagen, todo ello enmarcado en un recuadro cuadrangular. La secuencia animada se visualiza al entrar en funcionamiento el programa informático.

Columbia



USPTO, Marca 1.975.999

Esta marca consiste en una imagen en movimiento que representa un destello de luz del que salen rayos de luz sobre un fondo compuesto por un cielo nuboso. A continuación la escena se centra en una antorcha sostenida por una figura femenina encima de un pedestal. La palabra "COLUMBIA" surge en la parte superior de la imagen y va atravesando la antorcha hasta que aparece en el cielo un arco iris circular que rodea a la figura.

>>>

20th Century Fox Film Corporation



USPTO, Marca 1.928.424

Esta marca es una secuencia generada por vía informática en la que aparece el elemento central desde distintos ángulos como si una cámara se estuviera moviendo alrededor de la estructura. El dibujo representa cuatro fotogramas de la secuencia.

Bradford & Bingley plc



Oficina de Patentes del Reino Unido, Marca 2130164

La marca consiste en la representación de los dos personajes que aparecen en el marco uno de la secuencia y a los que se ve quitarse despacio el sombrero, tal como queda ilustrado en los marcos dos a ocho de la secuencia, hasta que se lo vuelven a colocar en la cabeza.

El sonido

Como se señala al principio del presente artículo, cada signo es una herramienta de comunicación y como tal puede ser percibido por uno de los cinco sentidos al menos. Los expertos en comercialización recurren a menudo a la capacidad increíblemente evocadora del sonido para llamar la atención del consumidor y distinguir sus productos y servicios de los demás. Incluso después de muchos años, la melodía de ciertos anuncios publicitarios de televisión y radio a menudo recuerdan inmediatamente al consumidor el producto correspondiente. El sonido es por lo tanto un elemento importante del desarrollo de la marca y la identificación de las empresas.

No obstante, no existe un verdadero consenso internacional acerca de la posibilidad de proteger un sonido como marca. Hasta la fecha han sido pocos los países en los que se ha permitido este tipo de protección. Los Estados Unidos de América abrieron el camino al permitir la protección de una marca sonora en 1951, la cadencia de tres notas de la National Broadcasting Corporation (NBC). Desde entonces se han presentado muchas solicitudes, y especialmente en los últimos años debido a la creciente popularidad de los sitios Web multimedios. Otro ejemplo conocido es el de la melodía de 18 notas que compone el tema de los Looney Tunes, registrada como marca del Warner Entertainment Group para los dibujos animados Looney Tunes, conocidos por los personajes de Bugs Bunny y el Pato Lucas, entre otros.

Nokia (Oficina de Armonización del Mercado Interior – Marcas, Dibujos y Modelos (OAMI)) (Solicitud N.º 1040955). Tono inicial de Nokia Corporation:



Un aspecto interesante de las marcas sonoras es su representación gráfica. Tal como se ha mencionado, en la mayoría de los países la protección por marca sólo se puede conceder a signos susceptibles de ser representados gráficamente. En algunos casos, la representación gráfica de una marca sonora se obtiene mediante notas musicales, como puede suceder con el tema musical de un programa de televisión.

La situación se complica en otros casos. Imagine, por ejemplo, cómo se podría representar gráficamente el grito de *Tarzán*, el aullido de un lobo o el sonido con el que se imita el parpar del pato. Estos sonidos, que indudablemente cumplen el requisito del carácter distintivo de una marca, sólo pueden ser representados mediante números, curvas o espectrogramas. En algunos casos ha resultado crucial para la protección de una marca la tecnología usada para representarla. Ejemplo de ello es el grito de *Tarzán*:



Grito de Tarzán (Solicitud OAMI N.º 000736827):

La marca consiste en el sonido del grito del personaje de ficción *TARZÁN*, que se escucha en las películas de *TARZÁN* y en los programas de televisión de *TARZÁN* y que queda representado por la imagen de forma ondular que precede a este texto, para indicar la duración, la velocidad, la resolución y el ritmo específico de las ondas sonoras.

Color

Entre los nuevos signos que pueden cumplir la función de marcas, los colores y sus distintos tonos son los que más llaman la atención. Las empresas son conscientes del poder y la eficacia del color como elemento que permite crear una identificación con la marca. Por ejemplo, los apasionados de la fórmula uno están familiarizados con lo que se conoce como “rojo Ferrari” y los amantes del chocolate reconocen inmediatamente el color lila de los envases de Milka. El diseñador estadounidense Tommy Hilfiger ha registrado como marca la combinación de blanco, rojo y azul por la que se le conoce, además de su famoso logotipo, en el que también aparecen estos colores. *Pepsi-Cola* ha invertido más de 500 millones de dólares en una campaña mundial de comercialización llamada “Project Blue” para fomentar y personalizar la difusión del color azul como elemento de identificación con *Pepsi*. Además, en el sitio Web de *Pepsi* se

señala lo siguiente: “El éxito de *Pepsi-max* y su innovador diseño confirman que el color azul produce un gran efecto en el mundo de los refrescos”.

Aunque nadie cuestiona hoy que las marcas formadas por logotipos o emblemas con ciertas combinaciones de colores pueden registrarse, las oficinas de marcas de todo el mundo se muestran reacias a la hora de registrar marcas en las que se reivindica que la marca consiste tan sólo en un color o cuando lo que se pretende registrar es únicamente el color *per se*. La calidad de marca registrada sólo se suele conceder a un color *per se* en casos excepcionales y para marcas de un único color que han sido promovidas de forma masiva y cuyo uso se remonta a muchos años.

La comercialización en el mercado mundial

Además de crear o encontrar nuevas formas de distinguir sus bienes y servicios de los de la competencia, las empresas, tanto grandes como pequeñas, deberían tener presentes las nuevas formas de crear marcas que usan sus rivales, a saber, marcas no tradicionales como las que se mencionan en el presente artículo, y tomar las medidas necesarias al respecto. La elección de una marca idéntica o significativamente parecida a los elementos clave de otra empresa, sea voluntaria o no, puede confundir a los consumidores y dar lugar a conflictos que acarrear costos en materia de solución de diferencias, incertidumbre y retrasos. Si por esta razón la marca queda denegada, se incurrirá en el costo adicional que supone la modifi-

cación o creación de una nueva marca y el lanzamiento o mantenimiento de la campaña de comercialización correspondiente a los bienes o servicios en cuestión.

En el mercado mundial, una de las mayores dificultades para las empresas es adoptar una buena estrategia de desarrollo de marcas. Las nuevas formas de signos distintivos tales como los colores, los sonidos, las fragancias y los hologramas resultan eficaces para llamar la atención del consumidor. Es por lo tanto importante que las empresas incorporen esos elementos en sus campañas y material publicitarios, así como en los envases de sus productos. Esos elementos pueden acabar convirtiéndose en marcas y probablemente constituyan la base de las estrategias de comercialización predominantes en el futuro, pasando a ser así nuevos y valiosos activos para las empresas.

Para obtener más información sobre diversos aspectos prácticos del sistema de propiedad intelectual de interés para las empresas y la industria, sírvase consultar el sitio Web de la División de Pymes: www.wipo.int/sme/es.

El próximo artículo de la serie “La propiedad intelectual y las empresas” versará sobre la propiedad intelectual y las actividades de exportación.

LA COMUNIDAD EUROPEA SE ADHIERE AL SISTEMA INTERNACIONAL DE MARCAS

El Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, ha acogido con agrado el ingreso de la Comunidad Europea (CE) en el Protocolo de Madrid, uno de los dos tratados que rigen el registro internacional de marcas y ofrecen a los titulares una mayor flexibilidad para proteger sus marcas.

Para celebrar el ingreso de la Comunidad Europea, el Dr. Idris recibió el 29 de junio a una delegación de la Unión Europea (UE) compuesta por la Embajadora y Representante Permanente de Irlanda en Ginebra, Sra. Mary Whelan, el Embajador y Representante Permanente de la CE en Ginebra, Sr. Carlo Trojan, y el Embajador y Jefe de la Oficina de Enlace del Consejo de la UE en Ginebra, Sr. Jacques Brodin.

“El ingreso de la Comunidad Europea marca un hito en la evolución del sistema internacional de marcas”, afirmó el Dr. Idris. “Este importante acontecimiento crea un punto de contacto entre las actividades internacionales de la OMPI en el ámbito de las marcas y las del sistema de marcas de la Comunidad Europea, ofreciendo así a

los titulares de marcas una mayor flexibilidad para obtener la protección internacional de sus marcas”. El Director General añadió que “el Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas ofrece a las empresas de todos los países participantes una manera sencilla, asequible y eficaz de obtener y mantener el registro de sus marcas”.

En virtud del Protocolo de Madrid, pueden adherirse a este instrumento las organizaciones intergubernamentales que cuenten con una oficina regional de registro de marcas. Es la primera vez que la CE se adhiere a un tratado administrado por la OMPI y representa la primera adhesión en bloque por parte de una organización intergubernamental a un tratado de la OMPI. La CE es el septuagésimo séptimo miembro del sistema de Madrid.

A partir del 1 de octubre de 2004, fecha en la que surtirá efecto la adhesión de la CE al Protocolo de Madrid, los titulares de marcas de los países parte en el Protocolo de Madrid podrán designar a la CE en sus solicitudes de registro internacional. Si la

protección no es denegada por el organismo comunitario que se ocupa de las marcas, a saber, la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), la protección de la marca será efectiva en sus 25 Estados miembros del mismo modo que si se hubiera solicitado o registrado directamente ante la OAMI. Los titulares de marcas podrán también utilizar una solicitud de marca presentada o registrada en la OAMI como base para realizar una solicitud internacional de registro en virtud del Protocolo de Madrid.

La adhesión de la CE al Protocolo de Madrid es el tercer acontecimiento importante ocurrido en el sistema internacional de marcas en los últimos 12 meses. El primero fue la adhesión de los Estados Unidos de América al Protocolo de Madrid en noviembre de 2003, y el segundo la inclusión del español como tercer idioma de trabajo del sistema de Madrid en abril de 2004. En palabras del Dr. Idris, “con estos avances, el sistema internacional de registro de marcas será sin duda un sistema más completo y global”.

Medidas para garantizar una sintonización perfecta

El acuerdo al que llegaron los Estados miembros de la OMPI en septiembre de 2003 garantiza una interacción eficaz y coherente del Protocolo de Madrid y el sistema de marcas de la CE (la marca comunitaria). Se trata de una serie de medidas que entraron en vigor en abril de este año y que ofrecen a los titulares de marcas la máxima flexibilidad, a saber:

- En virtud del sistema de la marca comunitaria, los titulares de marcas que tienen derechos sobre marcas registradas antes del establecimiento de ese sistema en uno o varios Estados miembros de la CE, pueden hacer valer esos derechos de marca anteriores en el Registro de la marca comunitaria. Cuando la adhesión de la CE al Protocolo de Madrid surta efecto, el 1 de octubre de este año, esos derechos podrán también hacerse valer en los registros internacionales en los que se haya designado a la CE.
- Dentro de la Comunidad Europea, los sistemas nacionales de registro de marcas coexisten con el sistema de la marca comunitaria. Esto significa que el registro de la marca puede efectuarse directamente ante la oficina nacional de marcas o ante la propia OAMI. Con la adhesión de la CE al Protocolo de Madrid, también puede elegirse cualquiera de las dos vías al utilizar el sistema de Madrid. Además, en caso de que la OAMI se niegue a conceder protección a una marca cuyo registro ha sido objeto de una

solicitud internacional en la que se designa a la CE en virtud del Protocolo de Madrid, la designación en cuestión puede convertirse en designaciones de Estados miembros de la CE por separado si son miembros del sistema de Madrid.

El Arreglo y el Protocolo de Madrid

El sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas concede a los titulares de marcas la posibilidad de proteger una marca en varios países presentando una sola solicitud redactada en un sólo idioma y para la que se abonará una serie de tasas en una única divisa (franco suizo). El sistema ofrece a los titulares de marcas una manera rentable y eficaz de garantizar la protección a sus marcas en varios países mediante la presentación de una sola solicitud. El registro internacional de una marca surte los mismos efectos que el registro de la marca en cada uno de los países designados por el solicitante. Si la oficina de marcas de un país designado no deniega la protección, la protección de la marca es la misma que se tendría si se hubiera registrado directamente en dicha oficina.

El sistema de Madrid se rige por dos tratados: el Arreglo de Madrid, firmado en 1891 y revisado varias veces desde entonces, y el Protocolo de Madrid, que entró en vigor en 1996, y en el que se introducen nuevas características a fin de solucionar los problemas que impedían la adhesión de algunos países. Un país puede adherirse al Arreglo o al Protocolo, o a ambos. El número de miembros del



El Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, y la Embajadora y Representante Permanente de Irlanda en Ginebra, Sra. Mary Whelan, con el instrumento de adhesión de la Comunidad Europea al Protocolo de Madrid

sistema de Madrid (Arreglo y Protocolo) es actualmente de 77. El número de miembros se divide del siguiente modo: hay 66 miembros del Protocolo de Madrid y 56 miembros del Arreglo de Madrid. Cuarenta y cinco países se han adherido al Arreglo y al Protocolo, 11 se han adherido únicamente al Arreglo y 20 países y la CE únicamente al Protocolo de Madrid.



AVANCES EN EL ÁMBITO DE LOS DERECHOS DE LOS ORGANISMOS DE RADIODIFUSIÓN

REUNIONES DE COMITÉS

El Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos de la OMPI (SCCR), que se reunió del 7 al 9



de junio en Ginebra, logró avanzar considerablemente en la tarea de actualizar las normas internacionales de propiedad intelectual (P.I.) que rigen la radiodifusión en la era de la información. El SCCR recomendó a la Asamblea General de la OMPI que considere la posibilidad de convocar una conferencia diplomática, culminación de la elaboración de todo nuevo tratado internacional, para examinar la cuestión de la protección de los organismos de radiodifusión. Si es positiva la decisión que toma la Asamblea General en sus reuniones de septiembre de 2004, se habrá dado otro gran paso adelante.

La Directora General Adjunta de la OMPI, Sra. Rita Hayes, encargada de la labor de la OMPI en el ámbito del derecho de autor, vio con satisfacción la adopción por parte del SCCR de una resolución en la que se pide a la Asamblea General de la OMPI que considere la posible convocación de una conferencia diplomática. "Esto ha podido lograrse gracias a que la mayoría de los Estados miembros confían en que disminuirán las diferencias existentes en torno a esta importante cuestión en un plazo razonable, lo cual permitirá la adopción de un nuevo tratado en el que se contemple la situación actual de los derechos de los organismos de radiodifusión", afirmó.

El proceso de actualización de los derechos de propiedad intelectual de los organismos de radiodifusión, contemplados por el momento en la Convención de Roma de 1961 sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, comenzó en 1997. El problema de la piratería de las señales, incluida la de las señales digitales anteriores a la radiodifusión, que se plantea en muchas partes del mundo, ha contribuido a resaltar la necesidad de actualización de las normas de propiedad intelectual en esa esfera.

Tras observar la importancia cultural del sector de la radiodifusión en todos los países, el Presidente del SCCR, Sr. Jukka Liedes, de Finlandia, declaró que en la reunión del Comité Permanente "se han delineado las etapas del proceso que culminará con la adopción de un nuevo tratado internacional, cuyo objetivo será lograr un

equilibrio entre las necesidades reales de los organismos de radiodifusión y las de otros titulares de derechos y la sociedad en su conjunto".

El Comité volverá a reunirse del 17 al 19 de noviembre y examinará un texto revisado en el que se incorporarán entre corchetes las propuestas que hayan obtenido un apoyo limitado, como la relativa a la protección de los organismos de difusión por Internet. Sobre la base de dicho examen, el Comité podrá recomendar en noviembre las fechas de la conferencia diplomática.

Futura labor del SCCR

El SCCR también examinó la cuestión de la protección de las bases de datos no originales. Pese a que las compilaciones de datos, como las guías telefónicas, no son lo suficientemente originales como para quedar amparadas por el derecho de autor, sí podrían ser objeto de protección dadas las considerables inversiones que se hacen para su creación y mantenimiento, y para impedir que sean copiadas sin autorización y difundidas por Internet, por ejemplo. El Comité decidió volver a considerar este asunto en el segundo semestre de 2005.

En la reunión del SCCR participaron delegados de unos 90 países, ocho organizaciones intergubernamentales y 55 organizaciones no gubernamentales, en representación de formuladores de políticas, organismos de radiodifusión, empresas proveedoras de contenido (como la industria cinematográfica y la de la música), los usuarios y las asociaciones de defensa del consumidor.

EL COMITÉ ASESOR SOBRE OBSERVANCIA EXAMINA CUESTIONES FUNDAMENTALES

La función esencial del Poder Judicial en la observancia de los derechos de propiedad intelectual fue el centro de los debates de la sesión del Comité Asesor sobre Observancia (ACE) que tuvo lugar en Ginebra del 28 al 30 de junio. La sesión duró tres días, en el transcurso de los cuales, varios jueces y funcionarios gubernamentales de alto rango venidos de distintas partes del mundo ofrecieron una serie de ponencias en las que examinaron la función que desempeñan el Poder Judicial, las autoridades cuasijudiciales y el Ministerio Público en las actividades de observancia; los paralelismos existentes entre los sistemas de Derecho codificado y Derecho común inglés; los procedimientos administrativos de observancia de los derechos de propiedad intelectual; los procedimientos y sanciones penales y las distintas experiencias nacionales en materia de observancia de los derechos de propiedad intelectual.

El Director General de la OMPI, el Dr. Kamil Idris, acogió con beneplácito las deliberaciones de los Estados miembros con el fin de reforzar la función del Poder Judicial en la observancia de los derechos de propiedad intelectual. "No puede subestimarse la importancia que reviste la observancia de los derechos de propiedad intelectual y la función del Poder Judicial a este respecto", declaró el Dr. Idris, añadiendo: "la propiedad intelectual desempeña una función esencial en el fomento de un verdadero desarrollo económico, social y cultural; a fin de cumplir dicha función, los derechos de propiedad intelectual deben ser observados en todos los ámbitos de la sociedad".

Dada la función clave que ejerce el Poder Judicial en la observancia de los derechos de propiedad intelectual, el Comité convino en la importancia que tiene en todo el mundo la capacitación y especialización en el ámbito de la propiedad intelectual y la necesidad de fomentar una toma de conciencia respecto de las cuestiones de observancia de los derechos de propiedad intelectual en todos los niveles de la Judicatura.

El Comité examinó varias cuestiones fundamentales relativas a la observancia de los derechos de propiedad intelectual, por ejemplo, las acciones y medidas de reparación civiles y penales, la determinación de los daños y perjuicios en los distintos sistemas jurídicos y las maneras de reducir las costas judiciales en los litigios de propiedad intelectual, cuestión que reviste un interés fundamental para el establecimiento de un sistema eficaz de observancia de los derechos de propiedad intelectual. En cuanto a la reducción de las costas judiciales, el Comité debatió la importancia de una gestión eficaz de los juicios, la integración de procedimientos de mediación en las estructuras judiciales, la simplificación de los procedimientos aplicables a los litigios de propiedad intelectual y la función de los procedimientos administrativos cuasijudiciales. El Comité hizo hincapié igualmente en la importante función que desempeñan los titulares de derechos a la hora de obtener pruebas e identificar las mercancías infractoras.

El ACE fue creado por los Estados miembros de la OMPI en 2002 como foro de debate sobre cuestiones relativas a la observancia, con el mandato

de proporcionar asistencia técnica, de coordinar esfuerzos y de promover la cooperación y el intercambio de infor-



Representantes de los Estados miembros en la sesión del Comité Asesor sobre Observancia (ACE)

mación sobre ese tipo de cuestiones. Los Estados miembros convinieron en la importancia que tiene la observancia de los derechos de propiedad intelectual y subrayaron el valor del Comité como foro de debate e intercambio de experiencias nacionales para llegar a comprender mejor las cuestiones relativas a la observancia. Asistieron a la reunión, que estuvo presidida por el Sr. Henry Olsson, Asesor Gubernamental Especial del Ministerio de Justicia de Suecia, unos 143 representantes procedentes de 62 Estados miembros, tres organizaciones intergubernamentales y 13 organizaciones no gubernamentales.

El Comité acordó que en la siguiente sesión, que tendrá lugar en 2005, examinará cuestiones relativas a la formación y la sensibilización en todas las esferas de la observancia, prestando especial atención a las esferas de común interés puestas de manifiesto por los Estados miembros en sus solicitudes de asistencia.

La OMPI y la UNU firman un acuerdo de cooperación

El Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, y el Rector de la Universidad de las Naciones Unidas (UNU), Sr. Hans J. A. van Ginkel, firmaron un memorando de entendimiento en Ginebra el pasado 9 de julio. En él se esbozan ámbitos en los que pueden colaborar las dos organizaciones con el fin de fomentar una toma de conciencia respecto de la propiedad intelectual y aclarar los vínculos existentes entre la propiedad intelectual y esferas como el desarrollo económico, el comercio internacional y el medio ambiente. El Dr. Idris y el Profesor Ginkel acordaron que sus respectivas organizaciones cooperarán en iniciativas de investigación y formación, y en actividades didácticas en el ámbito de la propiedad intelectual. Como primera medida, la OMPI y la UNU intercambiarán conocimientos técnicos en actividades de interés mutuo, por ejemplo, mediante la participación en reuniones y eventos especializados.

El Profesor Ginkel expresó la esperanza de que gracias a esta colaboración se investigue de manera más profunda la relación existente entre la propiedad intelectual y el comercio, el desarrollo sostenible y el medio ambiente. El Dr. Idris subrayó su ideal de poner la propiedad intelectual al servicio del desarrollo económico, social y cultural. También declaró que la pertinencia y la función que desempeña la propiedad intelectual en el fomento del desarrollo merece ser objeto de una investigación de mayor alcance por parte de los investigadores que desarrollan su labor en la

esfera del comercio, el desarrollo y el medio ambiente.

El Dr. Idris examinó igualmente la posibilidad de ampliar el programa de enseñanza a distancia de la OMPI para dar cabida al programa de estudios de la UNU. Sólo en el año 2003, este mecanismo innovador de enseñanza sobre propiedad intelectual por Internet, que este año cumple su sexto aniversario, permitió a unos 10.000 estudiantes procedentes de 179 países recibir formación en derecho de autor y derechos conexos, patentes, marcas, indicaciones geográficas, diseños industriales, sistemas de registro internacional administrados por la OMPI, competencia desleal y protección de las obtenciones vegetales.

El Instituto Turco de Patentes celebra su décimo aniversario

En el último decenio, Turquía ha pasado de un sistema económico protegido y dirigido por el Estado a un sistema de libre mercado. Esta transformación ha acarreado reformas, con inclusión de una remodelación del sistema de propiedad intelectual. En 1994 se creó mediante el Decreto 544 el Instituto Turco de Patentes (ITP) como órgano administrativo y financieramente autónomo. Esta oficina ha tenido que desarrollar una labor considerable dado que la modernización del sistema trajo consigo una variedad de leyes, decretos y reglamentos nuevos sobre propiedad intelectual que entraron en vigor entre 1994 y 2004.

En los últimos diez años, el ITP no ha dejado de evolucionar, modernizar su infraestructura y formar a su personal con el fin de hacer frente a los desafíos propios de un libre mercado dinámico. El sistema de propiedad intelectual estable y fiable existente en la actualidad apunta al desarrollo de

negocios competitivos en las distintas ramas de la industria y el comercio. En consecuencia, Turquía ha experimentado un aumento notable del número de títulos de propiedad industrial registrados: entre 1994 y 2003 los registros de marcas pasaron de 14.223 a 38.219, las solicitudes de protección de diseños industriales, de 1.533 a 4.284 y las de modelos de utilidad, de 181 a 1.212. Entre 1994 y 2001, las solicitudes de patente también aumentaron, pasando de 1.392 a 3.288.

Los esfuerzos desplegados por el ITP se han traducido en una estructura jurídica de propiedad intelectual sólida y moderna, con buenos sistemas de implementación. Los días 2 y 3 de julio, el ITP celebró el décimo aniversario de su fundación inaugurando un nuevo edificio en Ankara, donde se suministrará formación en materia de propiedad intelectual.

CALENDARIO de reuniones

27 DE SEPTIEMBRE A 5 DE OCTUBRE GINEBRA

Asambleas de los Estados miembros de la OMPI (Cuadragésima serie de reuniones)

Algunas de las Asambleas se reunirán en período extraordinario de sesiones, y otros órganos en períodos ordinarios de sesiones.

Invitaciones: En calidad de miembros u observadores (en función de la asamblea de que se trate), los Estados miembros de la OMPI; en calidad de observadores, otros Estados y determinadas organizaciones.

25 A 29 DE OCTUBRE GINEBRA

Comité de Expertos de la Unión CIP (Trigésima quinta sesión)

El Comité de Expertos examinará las enmiendas a la CIP propuestas por el Grupo de Trabajo sobre la Revisión de la CIP y debatirá acerca de la aplicación de la reforma de la CIP.

Invitaciones: En calidad de miembros, los Estados miembros de la Unión CIP; en calidad de observadores, los Estados miembros de la Unión de París que no son miembros de la Unión CIP, y determinadas organizaciones.

25 A 29 DE OCTUBRE

GINEBRA

Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT) (Decimotercera sesión)

El Comité continuará su labor en torno a la revisión del Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT) y a las cuestiones que hayan sido acordadas en la duodécima sesión.

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

8 A 12 DE NOVIEMBRE

GINEBRA

Grupo de Trabajo sobre Normas y Documentación (SDWG) del Comité Permanente de Tecnologías de la Información (SCIT) (Quinta reunión)

El Grupo de Trabajo proseguirá su labor de revisión de las normas de la OMPI y recibirá informes de sus equipos técnicos creados con ese fin.

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

La Revista de la OMPI es una publicación bimestral de la División de Comunicaciones y Sensibilización del Público 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 Diseño, 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)

© 2004 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 División de Comunicaciones y Sensibilización del Público 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 22 733 54 28

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 América

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>