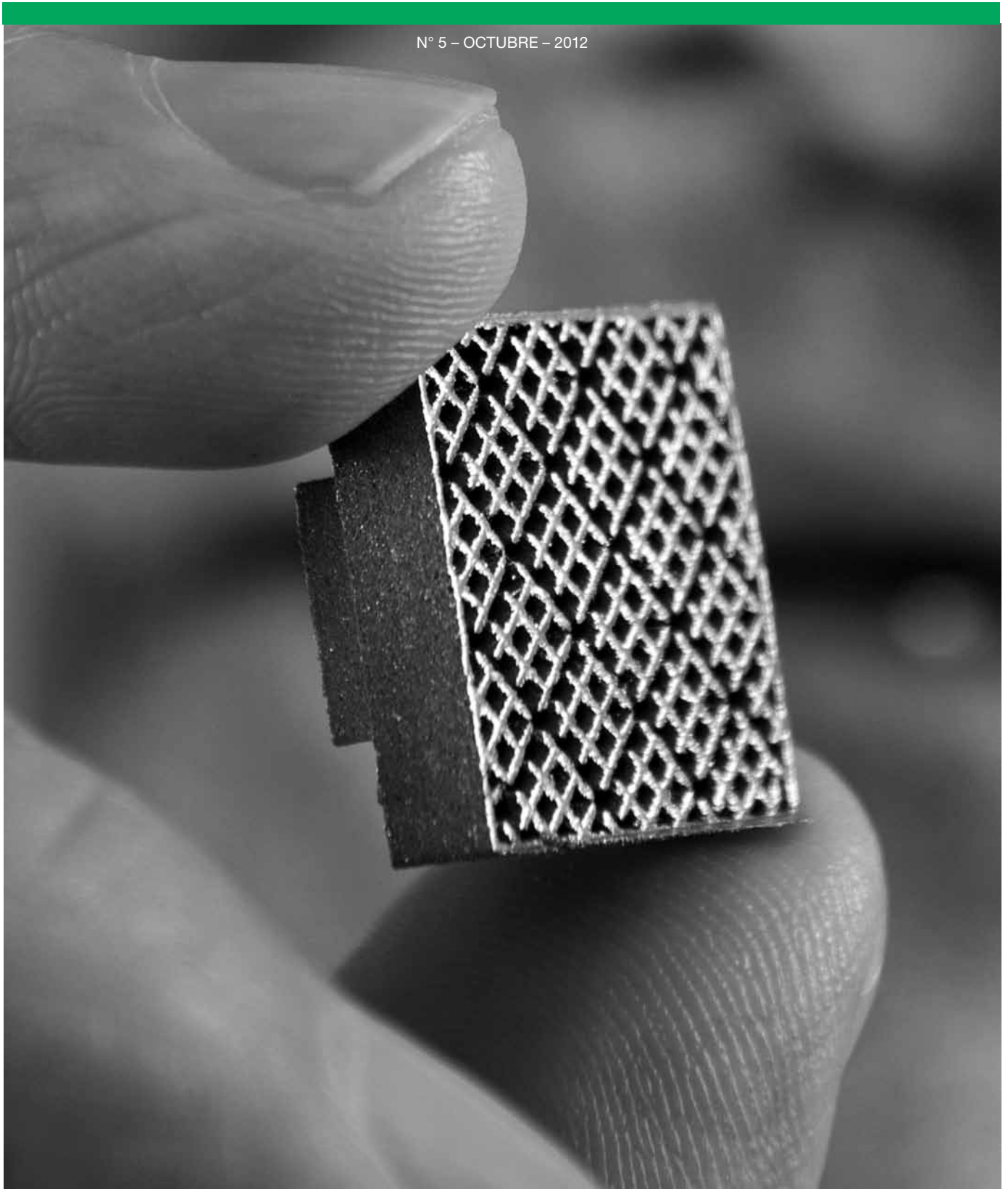


OMPI | REVISTA

Nº 5 – OCTUBRE – 2012



MANTENER LA PERTINENCIA EN UN MUNDO CAMBIANTE pág.2 |
HECHO A MANO EN TAILANDIA: CREAR MARCAS PARA LAS COMU-
NIDADES LOCALES pág.8 | **CREAR EL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN DE**
SUDÁFRICA pág.13

ÍNDICE

- pág.2 Mantener la pertinencia en un mundo cambiante: entrevista con Francis Gurry, Director General de la OMPI
- pág.8 Hecho a mano en Tailandia: crear marcas para las comunidades locales
- pág.13 Crear el ecosistema de innovación de Sudáfrica
- pág.18 Singapur: un hogar para la innovación
- pág.22 El deporte, los artículos deportivos y la industria del deporte
- pág.28 Costa Rica fomenta el respeto por los derechos de propiedad intelectual
- pág.31 Las marcas de refrescos de cola recurren cada vez más a la música
- pág.33 CULTURAMA: un viaje a través del tiempo
- pág.36 El plan de crecimiento del Reino Unido contempla la desgravación fiscal para la innovación y la propiedad intelectual

Redacción: **Catherine Jewell**
Diseño gráfico: **Annick Demierre**
Traducción: **David Martínez Tortosa y Eduardo Miño**
Fotografía de portada: © CSIR

Mantener la pertinencia en un mundo cambiante:

entrevista con Francis Gurry, Director General de la OMPI

Antes de la reunión anual de los Estados miembros de la OMPI del 1 al 9 de octubre de 2012, el Director General Francis Gurry habló con la *Revista de la OMPI* acerca de algunos de los principales desafíos y oportunidades que pueden repercutir en la evolución futura del sistema internacional de propiedad intelectual (P.I.).

¿Cuáles son las principales prioridades de la Organización de cara al futuro?

Las prioridades de la Organización se enmarcan en cuatro ámbitos principales: mantener la pertinencia, garantizar la viabilidad de los servicios mundiales de P.I. de la OMPI, brindar apoyo efectivo para incrementar la participación de los países en desarrollo en el sistema de P.I., y ejercer de proveedor y coordinador principal de la infraestructura mundial de P.I.

El objetivo primordial en un mundo que cambia rápidamente y caracterizado por grandes cambios en la utilización de las tecnologías es mantener la pertinencia de la OMPI como foro global para las cuestiones de P.I. Tenemos que mantener nuestro papel en la elaboración de normas económicas. La reciente adopción del Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales ("Tratado de Beijing") ha supuesto un gran avance, pero tenemos que garantizar que el sistema multilateral que supervisa la OMPI siga logrando resultados en los demás temas que están casi maduros. Ello es especialmente importante ahora que están ocurriendo muchas cosas en el ámbito de la P.I. en diversas esferas de la formulación de políticas a escalas nacional, bilateral, regional y multilateral.

También hemos de garantizar la viabilidad y primacía de los servicios mundiales de P.I. de la OMPI, ampliando su alcance geográfico y la gama de servicios ofrecidos. El Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), con 146 Partes Contratantes, es un verdadero sistema mundial. En los próximos tres años se producirá una notable ampliación del Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas. Asimismo, se prevé que en los próximos cinco años aumente el número de miembros del Sistema de La Haya para el Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales.

Se está avanzando mucho a la hora de garantizar el mejoramiento continuo de nuestros servicios. Por ejemplo, la plataforma e-PCT, que permite el acceso electrónico seguro a archivos relacionados con solicitudes internacionales presentadas en el marco del PCT ha tenido muy buena acogida. También está muy avanzado el proyecto de renovación de la tecnología de

la información del Sistema de Madrid, y se está poniendo en línea un conjunto de herramientas y servicios útiles.

Una de las principales tareas es proporcionar apoyo efectivo para aumentar la participación de los países en desarrollo en el sistema de P.I. Ahora que los países desean agregar valor a sus recursos nacionales y activos intelectuales, la P.I. resulta cada vez más pertinente y las necesidades de los Estados miembros son más complejas que nunca. Por consiguiente, la Organización debe cerciorarse de que presta los servicios y la asistencia que se le requieren.

Por último, tenemos que ejercer de proveedor y coordinador principal de la infraestructura mundial de P.I. para mejorar la eficacia del funcionamiento de sistema de P.I. y su accesibilidad y uso generales, y, cuando proceda, impulsar objetivos definidos en materia de políticas públicas. Ha habido avances significativos en muchos ámbitos (véanse las páginas 6 y 7).

¿Qué trascendencia tiene el Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales?

El Tratado de Beijing es muy positivo para los actores, la P.I., la OMPI, China y el multilateralismo. Es algo beneficioso para todos. Si bien los Estados miembros habían adoptado otros tres tratados desde 1996, en los que se abordan cuestiones relacionadas con las formalidades, el Tratado de Beijing es el primer tratado sustantivo sobre derecho de la P.I. en 16 años.

Supone un paso adelante en la consolidación del marco jurídico internacional de derecho de autor y, en un sentido más amplio, reactiva la confianza en la elaboración de tratados. El Tratado de Beijing ajusta los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes para que concuerden con los derechos de que gozan los autores en virtud del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) (1996) y los músicos, los artistas fonográficos y las organizaciones fonográficas en virtud del Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT) (1996).

El tema pendiente para dar por concluida la plataforma de 1996 es la actualización de los derechos de los organismos de radiodifusión. En la sesión del Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos (SCCR) celebrada en julio, los Estados miembros manifestaron su voluntad de avanzar en esta materia, lo cual resulta muy prometedor. Espero que podamos lograr la misma concordancia de intereses (entre las empresas, la sociedad civil y los gobiernos) sobre este tema que la que logramos para la adopción del Tratado de

Foto: Dillon Photographics



Beijing. La sociedad civil y el sector privado contribuyen decisivamente al proceso de elaboración de tratados. A la postre, los Estados miembros sólo progresarán en un tema si detectan un determinado nivel de apoyo de los ciudadanos a los que representan. Si no se suma alguno de los principales grupos de interés, puede ser muy difícil alcanzar un acuerdo internacional.

¿En qué etapa se encuentran los debates para mejorar el acceso de las personas con discapacidad visual a las obras publicadas?

Existe un consenso cada vez mayor en que es prioritario alcanzar un acuerdo internacional en este ámbito. Albergó la esperanza de que los Estados miembros se decidan a avanzar en este sentido durante la próxima reunión de las Asambleas de la OMPI.

Se trata de un tema relacionado ante todo y sobre todo con la discapacidad. Tiene méritos propios, y concluir un acuerdo internacional para facilitar el acceso a las obras publicadas de las personas con dificultad para acceder al texto impreso reforzaría el reconocimiento internacional que se da a la discapacidad en la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

¿Qué queda por hacer para hacer avanzar el programa sobre derecho de autor?

El marco jurídico internacional sobre el derecho de autor seguirá evolucionando en consonancia con aquellas cuestiones que estén listas, a entender de los Estados miembros, para la toma de medidas multilaterales. Sin embargo, los mayores avances

© OMPI 2012. Fotos: Emmanuel Berrud





Tener un enfoque estratégico en relación con la P.I. es de lo más importante. La P.I. desempeña un papel fundamental en la economía y en la sociedad en general.

en materia de derecho de autor se darán en la esfera de las infraestructuras. Por tratarse de una cuestión de políticas públicas, tenemos que respaldar el desarrollo de un mercado digital mundial eficaz. Hemos de crear la arquitectura jurídica para colmar las expectativas crecientes de los consumidores que emplean tecnologías cada vez más sofisticadas que les permiten consumir obras creativas a través de Internet a voluntad.

Creo que todos estamos de acuerdo en que la gente quiere un mercado digital, jurídico y mundial eficaz. Si bien habrá cierto margen para experimentar, actualmente circulan muchas ideas interesantes, como la elaboración de un Registro Internacional de la música o la creación de un Centro de Licencias, como se recomienda en el Reino Unido en el informe de Ian Hargreaves (véase www.wipo.int/wipo_magazine/es/2011/06/article_0004.html)

¿Tienen cabida las alianzas entre los sectores público y privado?

Existe un margen enorme para las alianzas entre los sectores público y privado, también para la creación de infraestructuras de P.I. en general y para la búsqueda de soluciones prácticas para avanzar en determinados objetivos de las políticas públicas, como demuestran WIPO Re:Search y el TIGAR. Este tipo de acuerdos interesa cada vez más en el sector privado, y creo que este interés aumentará en el futuro.

¿Por qué es importante el activismo en el debate sobre derecho de autor?

El derecho de autor ha sido muy beneficioso para la sociedad y la economía, pero el entorno digital plantea un serio desafío que no va a desaparecer. Tenemos que movilizarnos y encontrar medios para mantener en el entorno digital la misión principal del derecho de autor, esto es, garantizar la existencia económica viable de los creadores y las industrias creativas y poner a disposición del público en general el contenido creativo.

Con ocasión del Día Mundial de la Propiedad Intelectual, el Director General de la OMPI, Francis Gurry, inaugura una exposición sobre la P.I. de las innovaciones creadas por Steve Jobs.

El sentimiento contrario a la P.I. es cada vez mayor en algunas instancias. ¿Debería preocuparnos?

Creo que es normal porque, a medida que el papel de los conocimientos cobra más importancia en la producción, los derechos relacionados con los conocimientos adquieren mayor peso económico y social. A la luz de este proceso, varios sectores de la sociedad se han percatado de la situación y empiezan a emitir sus opiniones sobre estos nuevos acontecimientos.

Todo ello tiene lugar en un contexto de extraordinarios cambios tecnológicos. La tecnología está invadiendo todos los aspectos de nuestra vida, independientemente de donde vivamos, y en algún momento nos toparemos inevitablemente con los derechos de P.I. relacionados con su utilización. Opino que debatir amplia y democráticamente sobre estos temas es algo perfectamente normal y muy saludable.

También existe una democratización general de los procesos de elaboración de políticas y tratados. La sociedad civil exige mayor transparencia a sus representantes políticos, inclusive en la esfera de la elaboración de políticas sobre P.I. La OMPI está respondiendo a esta situación a través de, por ejemplo, la retransmisión por Internet de las reuniones de sus comités. Se trata de un avance positivo que ha recibido buena aceptación.

Ganarse el corazón y la mente del público supone un desafío importante. Para ello es necesario convencer a la gente de que la desventaja a corto plazo de tener que pagar por la utilización de la propiedad ajena vale la pena por las ventajas a largo plazo de una cultura creativa sostenible y una economía innovadora. Hay que concienciar más a la gente sobre el papel y el valor de un sistema de P.I. equilibrado y robusto y las muchas ventajas que pueden derivar del mismo.

¿Cuáles son los principales factores que conformarán el programa futuro sobre P.I.?

El espectacular giro hacia Asia en la geografía de la producción económica y tecnológica ya está conformando el programa de P.I. Ello tendrá repercusiones radicales y de gran alcance para la P.I. La concepción binaria tradicional del mundo entre países desarrollados y en desarrollo ya no se sustenta, puesto que hay mucha más diversidad de la que parece en el goce de la riqueza económica. El ritmo cada vez mayor de cambios tecnológicos también supone un importante reto.

Ante tal situación, será cada vez más importante que la comunidad internacional de la P.I. sea selectiva a la hora de determinar las cuestiones estructurales esenciales sobre las que se puede alcanzar un acuerdo internacional. Por ejemplo,

en el siglo XIX el trato nacional era un tema estructural esencial a tener en cuenta. Debemos encontrar normas equivalentes para el mundo digital globalizado actual. Sostener que todas las cuestiones han de ser abordadas a través del marco jurídico multilateral no es realista ni útil. Deberíamos sopesar también los méritos de otros métodos complementarios para la consecución de los objetivos de las políticas públicas, con inclusión de las alianzas entre los sectores público y privado.

¿Cuál es su mensaje principal para los Estados miembros de cara al futuro?

Tener un enfoque estratégico en relación con la P.I. es de lo más importante. La P.I. desempeña un papel fundamental en la economía y en la sociedad en general. En el sistema de P.I. se equilibran los derechos e intereses relacionados con la innovación y la creatividad. Ahora que estos elementos intangibles de la economía resultan más valiosos, los derechos de P.I. conexos adquieren mayor importancia. Para garantizar una economía de los conocimientos útil, tenemos que prestar atención a estos temas.

¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

La P.I. guarda relación con los cambios, pues está vinculada a lo nuevo, ya sea las nuevas creaciones culturales o las innovaciones. Mi función me brinda una extraordinaria oportunidad de conocer a mucha gente que participa en estos procesos de cambio en primera persona. Esta recompensa es grata y maravillosa.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES PRIORIDADES DE LA ORGANIZACIÓN DE CARA AL FUTURO?

Base Mundial de Datos sobre Marcas

La Base Mundial de Datos sobre Marcas de la OMPI, que entró en funcionamiento el 8 de marzo de 2011, permite acceder gratuitamente a aproximadamente dos millones de registros de marcas, denominaciones de origen, escudos de armas, banderas y otros emblemas de Estados protegidos internacional y nacionalmente, y también a nombres, siglas y emblemas de organizaciones gubernamentales. Permite buscar en un único lugar información sobre marcas procedente de múltiples fuentes a través de una sencilla pantalla (www.wipo.int/branddb/es/index.jsp). Además de las colecciones de datos sobre marcas de la OMPI, en la base de datos también aparecen las colecciones de Argelia, el Canadá y Marruecos. Está previsto que otros países añadan pronto sus colecciones de datos, con lo que el número de registros superará los diez millones.

La Base Mundial de Datos sobre Marcas ofrece varias funciones de búsqueda avanzadas para que los usuarios encuentren la información que buscan de forma rápida y fácil. Entre estas funciones figuran:

- Búsqueda por descripción de imágenes;
- Sugerencias de posibles términos que corresponden a la búsqueda ofrecidas por la propia base de datos;
- Correspondencias aproximadas y fonéticas;
- Resúmenes de documentos que corresponden a la búsqueda presentados en múltiples categorías, entre ellas la representación gráfica de países y denominaciones de origen; así como
- Listas detalladas de resultados o listas rápidas de marcas.

Este servicio forma parte de WIPO GOLD (www.wipo.int/wipogold/es/), un recurso público y gratuito que proporciona acceso rápido y fácil a una amplia colección de datos y herramientas sobre P.I.

El desarrollo continuo de WIPO GOLD y la Base Mundial de Datos sobre Marcas se encuadra en el compromiso de la OMPI por reducir la brecha mundial de conocimientos mejorando el acceso y la utilización de la información sobre P.I.

Sistema de Madrid: nuevas herramientas en línea

A través del Gestor de Productos y Servicios se brinda asistencia a los solicitantes de registros de marcas y a sus representantes para confeccionar la lista de productos y servicios que deben remitir al presentar solicitudes internacionales en virtud del Sistema de Madrid.

El Gestor de carteras del Sistema de Madrid es un servicio de Internet que proporciona a los titulares de registros internacionales y a sus representantes un acceso seguro a sus carteras internacionales de marcas.

El Servicio de alerta electrónica del Sistema de Madrid es un servicio gratuito de "vigilancia" ideado para informar a cualquier interesado en la supervisión de la situación de determinados registros de marcas. Los suscriptores reciben alertas electrónicas diarias cuando se inscriben cambios importantes en el Registro Internacional de Marcas.

El Estado de la tramitación en tiempo real del Sistema de Madrid es una herramienta independiente que permite a los solicitantes verificar la situación de las solicitudes o las peticiones internacionales en tiempo real.

Todos los detalles están disponibles en: www.wipo.int/madrid/es/services/

PATENTSCOPE

El motor de búsqueda PATENTSCOPE (<http://patentscope.wipo.int/search/es>) da acceso gratuito a más de 14 millones de documentos de patentes, entre los que se incluyen 2 millones de solicitudes internacionales de patente presentadas en virtud del PCT. Contiene las colecciones de datos sobre patentes de 29 oficinas nacionales, así como las colecciones de la Organización Regional Africana de la Propiedad Intelectual (ARIPO), la Oficina Europea de Patentes (OEP) y LATIPAT, una plataforma con información sobre patentes en español y portugués.

PATENTSCOPE ofrece varias herramientas importantes, como la búsqueda en distintos idiomas y la traducción automática. Para encontrar documentos pertinentes sobre patentes en varios idiomas basta con introducir una palabra o frase en un único idioma.

WIPO CASE

El Acceso centralizado a la búsqueda y el examen (WIPO CASE) es un sistema concebido para facilitar el intercambio entre oficinas de P.I. de información confidencial sobre búsqueda y examen, y para mejorar la calidad y la eficacia de la búsqueda y el examen y reducir al máximo las duplicaciones innecesarias de trabajo. A través de esta plataforma, los examinadores de patentes del grupo de oficinas en cuestión tienen acceso a la colección de informes de búsqueda y examen compartidos por dicho grupo.

La plataforma está concebida para ser utilizada por grupos de oficinas de P.I. que reconocen entre sí los trabajos de búsqueda y examen de unas y otras. A través de WIPO CASE pueden compartir documentos y datos sobre patentes almacenados por la OMPI o las bibliotecas digitales de las oficinas nacionales.

En un primer momento, se concibió WIPO CASE como apoyo a los esfuerzos de intercambio de trabajo de las oficinas de P.I. de Australia, el Canadá y el Reino Unido, y actualmente lo utilizan o evalúan otros grupos regionales de oficinas de P.I.

Servicio de Acceso Digital a los Documentos de Prioridad (DAS) de la OMPI

El Servicio de Acceso Digital a los Documentos de Prioridad (DAS), de la OMPI, constituye una forma segura, sencilla, rápida y poco onerosa de intercambiar documentos prioritarios y otros similares entre oficinas de P.I.

El sistema permite a los solicitantes y a las oficinas cumplir los requisitos del Convenio de París respecto a la certificación en un entorno electrónico. Anteriormente, los solicitantes se veían obligados a solicitar a una oficina la extensión de una copia en papel certificada de los documentos y, seguidamente, presentaban dichas copias a otras oficinas. Gracias al sistema DAS de la OMPI, los solicitantes pueden ahora sencillamente pedir a la primera oficina (conocida como la oficina depositante u oficina de primera presentación) que ponga a disposición los documentos de prioridad en el sistema, y luego solicitar a las demás oficinas (conocidas como oficinas con derecho de acceso u oficinas de segunda presentación) que recuperen estos documentos por conducto del DAS. Este intercambio de documentos se realiza por medios electrónicos.

Actualmente se emplea este servicio para documentos prioritarios relacionados con las patentes. Más adelante se ampliará a otros derechos de P.I., como los diseños industriales y las marcas, una vez que las oficinas participantes hayan introducido los cambios necesarios en materia de funcionamiento y tecnología.

WIPO Re:Search

Cuando ha transcurrido menos de un año desde su lanzamiento, la iniciativa pionera sobre salud pública impulsada por la OMPI, conocida como WIPO Re:Search, ya ha alentado sus primeras alianzas en materia de investigación. En agosto de 2012, AstraZeneca concluyó acuerdos a través de WIPO Re:Search con iThemba Pharmaceuticals (Sudáfrica), la Universidad de California, San Francisco (Estados Unidos de América) y la Universidad de Dundee (Reino Unido) para estudiar tratamientos nuevos contra la tuberculosis, la enfermedad de Chagas, la enfermedad del sueño y la esquistosomiasis.

“Este tipo de acuerdos de transferencia de tecnología de un asociado a otro constituye una importante medida del éxito de WIPO Re:Search”, dice el Director General de la OMPI, Francis Gurry.

A su vez, el Dr. Manos Perros, Jefe de la Unidad de fármacos innovadores antiinfecciosos de AstraZeneca, ha declarado: “Gracias al consorcio WIPO Re:Search, nuestra industria tiene ahora una gran oportunidad de marcar la diferencia en la esfera de la salud mundial respondiendo a las necesidades de personas muy desatendidas que sufren de enfermedades tropicales olvidadas”.

WIPO Re:Search es una plataforma de innovación abierta, puesta en marcha por la OMPI en octubre de 2011, que reúne a una amplia coalición de asociados de los sectores público y privado, cuyo fin es catalizar la investigación para el descubrimiento, desarrollo y suministro de medicamentos, vacunas y medios de diagnóstico para tratar las enfermedades tropicales desatendidas, el paludismo

y la tuberculosis. Desde su creación, el número de miembros de WIPO Re:Search ha ido en aumento, pasando de 30 a 50, y éstos proceden de los cinco continentes.

En el marco de WIPO Re:Search, las organizaciones convienen en poner a disposición, exentos de regalías, sus activos de P.I. (componentes farmacéuticos, tecnologías para el descubrimiento de fármacos, datos reglamentarios y conocimientos técnicos especializados), para investigadores calificados de cualquier parte del mundo, siempre y cuando los estudios que realicen se centren en las enfermedades tropicales desatendidas, el paludismo y la tuberculosis. La venta de todos los productos que sean fruto de esa investigación también estará exenta de regalías en los países menos adelantados (PMA).

Las enfermedades tropicales desatendidas son endémicas en 149 países y afectan a más de mil millones de personas en el mundo. Como base de datos pública que permite efectuar búsquedas de los activos, información y recursos de P.I. disponibles, WIPO Re:Search facilita la creación de nuevas alianzas en materia de investigación. *BIO Ventures for Global Health*, como administrador del Centro de Vínculos de Cooperación, se encarga de identificar activamente las oportunidades de alianza entre los miembros y facilita la colaboración para impulsar el desarrollo de nuevos tratamientos contra estas enfermedades. Esos esfuerzos han permitido lograr los primeros resultados.

El proyecto *Trusted Intermediary Global Accessible Resources* (TIGAR)

El proyecto *Trusted Intermediary Global Accessible Resources* (TIGAR) es una iniciativa sin precedentes creada para facilitar el acceso a obras publicadas por parte de las personas con discapacidad visual y de las personas con dificultad para acceder al texto impreso. El proyecto, aprobado en noviembre de 2010, permite a las editoriales facilitar el acceso a sus títulos a intermediarios de confianza, que crean formatos accesibles para compartirlos entre ellos y con bibliotecas especializadas. Hasta la fecha, 11 intermediarios de confianza se han sumado al TIGAR y se han mantenido conversaciones preliminares con intermediarios de confianza de China, Corea del Sur y la India. Asimismo, más de 24 titulares de derechos, sobre todo editoriales, entre las que figuran Elsevier, HarperCollins, Bloomsbury y SAGE han firmado un memorándum de entendimiento sobre el TIGAR.

Se calcula que los aproximadamente 340 millones de personas con dificultad para acceder al texto impreso, sólo pueden acceder a un 5% del millón de libros que se publican cada año. Las organizaciones especializadas, como las bibliotecas para ciegos, se encargan de adaptar dichos libros a formatos accesibles (como Daisy, braille y audio), sufragando ellas los costos. El proyecto TIGAR es fruto de la colaboración entre la OMPI y las organizaciones que representan a los autores, editores, personas con discapacidad visual o con limitaciones para leer, incluida la Unión Mundial de Ciegos y la Unión Internacional de Editores. El proyecto, que cuenta con la asistencia técnica de la OMPI, promete ofrecer una selección más amplia de libros en formatos accesibles para las personas con dificultad para acceder al texto impreso. ♦

HECHO A MANO EN TAILANDIA: crear marcas para las comunidades locales



*Por Francesca Toso,
Sector de Desarrollo, OMPI*

En las comunidades rurales de Tailandia abundan los artesanos altamente cualificados, quienes en su mayoría se dedican al cultivo del arroz a tiempo completo. Los productos artesanales que crean empleando conocimientos y técnicas ancestrales constituyen un útil complemento a los ingresos obtenidos de la agricultura y una importante protección ante los azares de la actividad agrícola. Por ejemplo, en 2011 muchas de estas comunidades se vieron azotadas por las peores inundaciones en decenios, que afectaron a 13 millones de personas y tras las que 65 de las 77 provincias del país fueron declaradas zonas de desastre por inundaciones. Los ingresos constantes derivados de los productos artesanales de gran calidad prometen mayor seguridad financiera a los habitantes de las zonas rurales.

UNA INICIATIVA EN EL MARCO DE LA AGENDA DE LA OMPI PARA EL DESARROLLO

En 2010, la OMPI, en colaboración con el gobierno de Tailandia y la Universidad Politécnica Rey Mongkut (KMUTT), comenzó a ayudar a tres comunidades rurales en la utilización del sistema de propiedad intelectual (P.I.) para realzar el valor y la viabilidad comerciales de sus productos artesanales. La iniciativa se enmarca en un innovador proyecto de la Agenda de la OMPI para el Desarrollo que tiene por objeto contribuir al fomento de las empresas locales a través de la P.I. y las marcas. Entre los productos artesanales incluidos en el programa figuran algunos de los más emblemáticos del país, que reflejan la envergadura de la creatividad en Tailandia, la profundidad de sus tradiciones locales y su significativo potencial comercial. Entre ellos se encuentran los productos de mimbre finamente tejidos que elaboran los artesanos de Bang Chao Cha, los textiles de algodón de colores creados en Mae Chaem y los suntuosos brocados de seda producidos en Lampoon.

Estas comunidades, junto con las autoridades tailandesas, tienen sumo interés en fomentar la creación de empresas en la comunidad, mejorando el valor comercial de sus productos a través de estrategias de marca eficaces. “Trabajamos en un mercado mundial muy competitivo en el que abundan productos similares. Crear una marca para informar eficazmente del origen del producto, su calidad y los materiales y conocimientos locales empleados en su producción y la identidad del productor es algo fundamental para que los productos resulten más competitivos y comercializables”, señala Veeranan Nidlanuvong, Director Adjunto del Departamento de Fomento Industrial de Tailandia.

Los expertos en P.I. Fabrice Mattei y Akkharawit Kanjanaopas, socios del bufete de abogados especializados en P.I. *Rouse International* de Bangkok, están colaborando con la OMPI para aplicar el proyecto en Tailandia. En primer lugar, evaluaron las cualidades y la viabilidad comercial de los productos para determinar cuál sería la forma de protección de la P.I. más apropiada para ellos. Seguidamente, examinaron las necesidades en materia de formación de cada comunidad para garantizar que las empresas e instituciones locales adquiriesen un entendimiento sólido de cómo emplear signos distintivos, como marcas colectivas o de certificación e indicaciones geográficas, para impulsar sus marcas. Todo ello fue importante para lograr el objetivo principal del proyecto, esto es, crear las condiciones que permitan a cada una de las comunidades realzar el valor y la viabilidad comerciales de sus productos de origen.

“Cada comunidad obtendrá algo distinto (del proyecto de la OMPI) porque sus necesidades son diferentes, pero al final todos mejorarán sus capacidades para utilizar la P.I.”, señaló el Dr. Akkharawit. “Esperamos que todas las comunidades hayan aprendido gracias a esta experiencia y sean capaces de aprovechar el valor de sus productos. Y, lo que es más importante, cada comunidad podrá también transmitir su legado cultural, que, de lo contrario, se perdería”.

LOS PRODUCTOS DE MIMBRE DE BANG CHAO CHA

Las llanuras centrales de Tailandia albergan la mayor zona de cultivo del arroz del país. El singular paisaje de la región, salpicado de arrozales, pequeños lagos y marismas que se entrecruzan con bosques seminaturales y campos de bambú, es fuente de inspiración para gran parte de su arte y cultura. En esta fértil llanura se encuentra el pueblo de Bang Chao Cha, donde una comunidad de tejedores de mimbre, en su mayoría mujeres, emplean técnicas ancestrales para elaborar varios productos de bambú finamente tejidos, como cestas, bolsas y bandejas. Dichos productos se venden en toda Tailandia y, en menor medida, en otros países. Los habitantes del pueblo trabajan juntos en la cooperativa de tejedores de mimbre de la comunidad y desean mejorar sus productos y elevar al máximo el valor comercial de los mismos.

El equipo del proyecto de la OMPI empezó a colaborar con los tejedores de Bang Chao Cha en 2010, familiarizándolos a ellos y a las autoridades locales con el mundo de la P.I. El equipo hizo hincapié en cómo los diseños industriales pueden proteger los aspectos estéticos de la artesanía; en el modo en que el derecho de autor protege las creaciones originales; en el papel de las marcas a la hora de distinguir los productos propios de los de los competidores; y en cómo las indicaciones geográficas pueden contribuir a forjar una reputación de productos especializados de gran calidad. La cooperativa de la comunidad, teniendo esto en cuenta y deseosa de seguir fortaleciendo sus negocios, empezó por crear una marca colectiva, que supone un primer paso importante para distinguir sus productos de los productos de los competidores.

Mantener las técnicas y los conocimientos tradicionales que se emplean en la elaboración de productos artesanales locales supone un desafío continuo para los artesanos, al que se añade la necesidad de innovar para satisfacer el gusto siempre cambiante de los consumidores. Los profesores y estudiantes de la KMUTT se percataron de este dilema y colaboraron estrechamente con los tejedores de Bang Chao Cha, tanto jóvenes como mayores, para elaborar diseños innovadores de los productos tradicionales.

“Los estudiantes de diseño de productos de la KMUTT ayudaron a los estudiantes de la escuela templo local a activar su capacidad de innovación”, explica Nanthana Boonla-or, profesora de la Escuela de Arquitectura y Diseño de la KMUTT. “Ha sido una experiencia muy fructífera que da cuenta de las muchas

La fabricación del brocado de seda de Lamphoon cuenta con el patrocinio de la Reina Sirikit de Tailandia

El arte tradicional del mimbre en Bang Chao Cha



ventajas que pueden dimanar de la colaboración estrecha entre la comunidad y las universidades”.

“Hemos tomado como inspiración los recipientes de arroz tradicionales hechos de bambú y las trampas para peces que se utilizaban antiguamente, para crear nuevos productos y diseños. Al tiempo que intentamos mantener vivos los métodos tradicionales, jugamos con la idea de introducir nuevas opciones, proporciones y colores”, dice Wanas, estudiante de la KMUTT que ha colaborado con los tejedores.

La OMPI y sus socios llevan trabajando dos años con la cooperativa de tejedores en cuestiones relacionadas con la P.I. y el desarrollo empresarial, y ello ha dado lugar a la creación de una nueva marca colectiva de “Artesanía en Mimbres de Bang Chao Cha”. La marca está lista para su registro ante el Departamento de Propiedad Intelectual de Tailandia en nombre de la autoridad del distrito.

LOS TEXTILES DE COLORES DE MAE CHAEM

Si bien la agricultura es el sustento principal de la comunidad rural de Mae Chaem, en la región de Chiang Mai, ubicada en el norte de Tailandia, los textiles tejidos constituyen una útil fuente de ingresos adicionales. Los tejidos textiles particulares de la región, con sus estampados característicos de animales, plantas o flores y elaborados con tintes naturales, reflejan la cercanía entre la gente y su entorno natural.

Estos textiles, conocidos como *teenchok*, forman parte de la vida de las mujeres de Mae Chaem. “En Mae Chaem tejemos el *teenchok* para nuestro uso personal y para venderlo”, señala Kaysorn Kannyka, dirigente de la cooperativa local de tejedoras. “Cada *teenchok* es único, puesto que cada patrón queda determinado por el color de los hilos de algodón que elija la tejedora y los imaginativos patrones que ésta cree”, explica. Una tejedora puede realizar dos piezas de *teenchok* al mes si trabaja a diario, sin embargo, dado que la agricultura, principal fuente de ingresos, ocupa la mayor parte del tiempo de las mujeres, habitualmente se necesita un mes para terminar una pieza.

La cooperativa de la comunidad de Mae Chaem se ha dado cuenta de las ventajas de la P.I. y ya ha adoptado medidas para que sus productos obtengan la condición de indicación geográfica. El equipo del proyecto de la OMPI ayudó a finalizar el proceso, orientando y aconsejando a los miembros de la cooperativa acerca del código deontológico y los requisitos de trazabilidad necesarios para garantizar el origen de los productos de Mae Chaem y su cumplimiento de las normas acordadas de producción. Estos importantes avances permitieron registrar en Tailandia la indicación geográfica del *teenchok* de Mae Chaem.

“Las características específicas del *teenchok* de Mae Chaem (la calidad de la tela y los métodos tradicionales de producción), son tan importantes que el mejor camino a seguir es adoptar una estrategia de marca basada en el registro de una indicación geográfica. Ello garantizará que los textiles de Mae Chaem sobresalgan ante otras telas similares producidas en otros sitios” explica el Dr. Akkharawit. “La indicación geográfica de Mae Chaem permite ilustrar el proceso de creación del *teenchok*: todo empieza con artesanas altamente calificadas que dedican mucho tiempo y energía a tejer sus propias variedades a partir de 16 patrones tradicionales, cada uno con un significado distinto, para crear piezas de tela únicas. Gracias al registro de la indicación geográfica, la comunidad puede labrarse una reputación como lugar de producción de productos especiales de gran calidad y abrirse un hueco en el mercado y conseguir precios elevados por sus telas”.

Los miembros de la cooperativa de Mae Chaem no se amilanan por el rigor y disciplina que deben demostrar para cumplir las estrictas normas de producción necesarias para obtener la protección de la indicación geográfica. Para ellos se trata de un pequeño precio que han de pagar por mejorar la reputación de sus productos y por la promesa de mayores ingresos. “Además de enorgullecernos de nosotros mismos y de nuestra cultura, el proyecto está mejorando también la calidad de nuestros productos. Ahora podemos colocar nuestro producto de forma más eficaz y trabajar con un grupo más fiable de compradores. Con ello podemos aumentar el precio de nuestras telas y los



ingresos económicos para la comunidad”, señala el Dr. Panya, de la Oficina de Licencias Tecnológicas y el Vivero Empresarial de la Universidad de Chiang Mai.

EL BROCADO DE SEDA DE LAMPOON

El elaborado brocado de seda, conocido como Yok Dok de Lamphoon, que se produce en el distrito septentrional de Lamphoon, es un textil exquisito inspirado en la tradición de la seda real tailandesa que utiliza la alta sociedad de Tailandia. Esta suntuosa tela de gran calidad ya está protegida como indicación geográfica en Tailandia.

“El registro como indicación geográfica sirve para que se reconozcan como productores del Yok Dok de seda de Lamphoon únicamente a los de la provincia de Lamphoon”, afirma Pornaveed Poohareon, Director General Adjunto de la Autoridad Local de Lamphoon. “Además de proteger los intereses de los productores, también ayuda a controlar la calidad y el nivel de los productos. En la etiqueta de la indicación geográfica se incluye información sobre las características de la tela, inclusive su patrón, el nombre del tejedor y un número de identificación único que garantiza su trazabilidad”.

El papel del equipo de la OMPI en Lamphoon consistió en aconsejar a los productores acerca de cómo aprovechar mejor la condición de indicación geográfica de sus productos, centrándose en particular en elaborar estrategias de mercado e identificar a posibles compradores y distribuidores. El equipo también ayudó a la comunidad a participar en un proyecto financiado por la Unión Europea, a través del cual los productores accedían a someterse a un proceso de certificación por terceros para garantizar la originalidad, trazabilidad y alta calidad de su brocado de seda protegido con la indicación geográfica. Ello ha permitido avalar los estrictos controles de calidad comunitarios, ha consolidado la marca y ha fortalecido el potencial de exportación de esta tela.



Foto: Rouse & Co. International, Intellectual Property

Tanto si las comunidades buscan mayor visibilidad en los mercados de exportaciones como convertirse en marcas muy conocidas en Tailandia, el proyecto de la OMPI sobre P.I. y comercialización de productos para el fomento de las empresas ha resultado muy útil para familiarizar a la comunidad con la P.I. y ha sentado las bases para que estos productores puedan comercializar sus productos de forma más eficaz. “Las estrategias de marca que hemos adoptado proporcionan la oportunidad de abrirse a mercados de exportación en los que los compradores extranjeros pueden conocer los productos, su origen y las tradiciones que conllevan”, señala el Dr. Akkharawit.

El desarrollo de una estrategia eficaz en materia de P.I. constituye una parte esencial del proceso de comercialización, pero sólo es un primer paso. En los próximos meses del proyecto, que se extenderá hasta mediados de 2013, el quipo ayudará a las comunidades destinatarias a elaborar estrategias eficaces de comercialización y distribución. Si bien el valor de este apoyo es incalculable, el éxito dependerá en última instancia de la voluntad y el instinto empresarial de los propios productores. “Serán las comunidades quienes dirigirán el proceso y marcarán sus propios objetivos para el futuro”, apunta el Dr. Akkharawit. El destino del proyecto “Hecho a mano en Tailandia” y las marcas distintivas y los conocimientos ancestrales que representa, así como la promesa de desarrollo empresarial para las generaciones venideras, está en manos de las comunidades. ♦

Elaboración del *teenchok*: mujeres de Mae Chaem en el telar

Colores y patrones tradicionales del *teenchok* de Mae Chaem

CREAR EL ECOSISTEMA de innovación de Sudáfrica

Por *Catherine Jewell*, División de Comunicaciones de la OMPI



Foto: CSIR

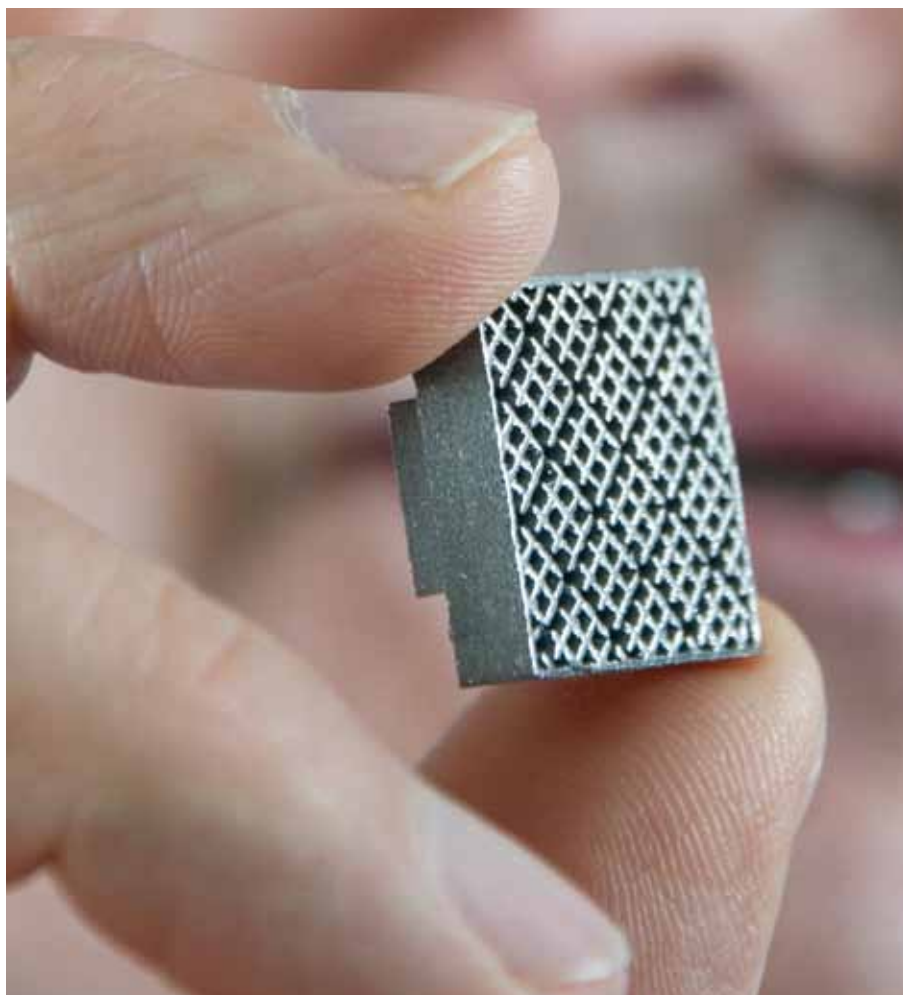
El Dr. Sibusiso Sibisi, Presidente del Consejo de Investigación Científica e Industrial de Sudáfrica (CSIR), es miembro de la Junta Asesora del Índice Mundial de Innovación que publican conjuntamente el INSEAD y la OMPI.

El Consejo de Investigación Científica e Industrial de Sudáfrica (CSIR, por su sigla en inglés), una de las principales organizaciones de investigación, desarrollo e implantación de la ciencia y la tecnología, encabeza los esfuerzos del país por convertirse en una economía completamente basada en el conocimiento. La *Revista de la OMPI* se reunió recientemente con el Presidente del CSIR, el Dr. Sibusiso Sibisi, para saber más acerca del enfoque de la organización respecto de la innovación y de las oportunidades y desafíos que encara a la hora de fomentar una cultura de la innovación que proporcione beneficios económicos y sociales generalizados.

El CSIR es una organización multidisciplinar encargada de generar nuevos conocimientos, aplicar los conocimientos existentes y desarrollar e impulsar tecnologías con repercusiones socioeconómicas positivas, de acuerdo con las prioridades nacionales. “Si bien es cierto que la innovación es un método para estimular el crecimiento económico, nuestros esfuerzos en innovación deben tener por objetivo el mejoramiento de la vida de todos los sudafricanos”, destaca el Dr. Sibisi. “La tasa de desempleo juvenil en Sudáfrica es muy elevada y existen grandes disparidades en términos de riqueza, por lo que tenemos que estudiar de forma constante cómo pueden nuestras estrategias de innovación ayudar a abordar estos problemas sociales profundamente arraigados”, observa. “Al hablar de innovación, no me refiero sólo al crecimiento económico, sino también a ayudar a la gente a salir de la pobreza. No se trata sólo de montar una empresa que dé puestos de trabajo, sino de crear un entorno propicio en el que la gente pueda utilizar la innovación para crear sus propias empresas”.

EL PAPEL DEL CSIR

El CSIR desempeña un papel estratégico fundamental en la elaboración del programa de investigación y desarrollo (I+D) del país. El CSIR hace especial hincapié en catalizar el desarrollo de los sectores industriales aún no existentes o incipientes para aprovechar plenamente el potencial de Sudáfrica y lograr un crecimiento económico sostenido. “En vez de apostar por proyectos de creación de empleo a corto plazo, nuestra función consiste en poner en marcha iniciativas de I+D y transferencia de tecnología que estimulen la actividad industrial sostenible y la creación de puestos de trabajo a más largo plazo”, explica el Dr. Sibisi. En este sentido, el objetivo principal del CSIR no consiste necesariamente en elevar al máximo los ingresos comerciales concediendo tecnologías en licencia fuera del país. Lo que se pretende en realidad es hallar y desarrollar tecnologías con potencial para crear empresas locales, generar empleo a largo plazo y responder a las necesidades locales.



Fotos: CSIR

Estructura doble de compuestos reforzada con fibra natural tras las pruebas de reacción al fuego. Estos paneles de fibra natural son tratados con productos ignífugos (conforme a los requisitos de protección contra la llama, el humo y la toxicidad) y se emplean en los interiores de las aeronaves y en otras aplicaciones aeroespaciales.

Primera pieza de titanio de prueba producida mediante fabricación aditiva.



La investigadora principal del CSIR, la Dra. Hulda Swai, y su equipo están desarrollando un mecanismo de liberación lenta de medicamentos en el cuerpo para simplificar los regímenes de tratamiento con medicamentos, mejorar el cumplimiento de los pacientes y minimizar la resistencia a los medicamentos.

El CSIR está abriendo nuevos caminos en la producción de metal de titanio. Ha desarrollado un proceso para obtener polvo de titanio directamente del tetracloruro de titanio ($TiCl_4$) a escala comercial. El CSIR está creando una planta de fabricación piloto para desarrollar las capacidades de fabricación de titanio de Sudáfrica como posibilidad comercialmente viable.

ATENDER LOS INTERESES ECONÓMICOS Y SOCIALES

El objetivo de la organización consiste en abordar la industrialización a todos los niveles, colaborando con los grupos de la base y con los grupos de la esfera de la alta tecnología. Por ejemplo, se está ayudando a pequeños agricultores a producir aceites esenciales para la industria de los perfumes de Francia. “Suministramos apoyo de la siguiente manera: en primer lugar, identificamos aquellas plantas que pueden contener los aceites esenciales, y después les ayudamos a gestionar todas las etapas de la cadena de valor, desde el cultivo de las plantas hasta la exportación y las relaciones con los clientes que producen los perfumes en Europa con alta tecnología”, explica el Dr. Sibisi. “La etapa de la tecnología formal constituye sólo una parte, a veces mínima, del conjunto de mecanismos de apoyo necesarios”, señala. “No hace falta hacer nada nuevo, se trata de pensar de forma innovadora acerca de nuestra labor y ampliar el alcance del papel de una institución como el CSIR para garantizar que la tecnología innovadora comience a atender realmente los intereses económicos y sociales del país”.

FOMENTAR INDUSTRIAS NUEVAS

Del mismo modo, el CSIR ha venido colaborando con las comunidades rurales en la producción y procesamiento del sisal que se emplea en varios componentes de los automóviles de la Clase C de Mercedes que se ensamblan en Sudáfrica para ser vendidos en todo el mundo. La industria aeroespacial también está considerando la utilización de componentes de sisal en las aeronaves.

En la industria aeroespacial cada vez interesan más los metales ligeros y resistentes, como el titanio, para fabricar las aeronaves. Sudáfrica posee enormes riquezas minerales, con grandes yacimientos de titanio y platino, pero tradicionalmente estos recursos se han extraído y después exportado a otros países donde son transformados en productos de mayor valor. El sector minero de Sudáfrica emplea en la actualidad a unos 495.000 trabajadores y obtiene unos ingresos anuales en concepto de exportaciones de unos 162 mil millones de rands (lo que equivale a unos 19,6 mil millones de dólares EE.UU.). A los fines de aprovechar más esta enorme riqueza mineral, el CSIR está creando una planta piloto para desarrollar las capacidades nacionales de producción de titanio y como opción comercialmente viable. “Podríamos lograr producir polvo de titanio, que se emplea en máquinas de moldeo por inyección para elaborar varios componentes; y aquí entra en juego la industria aeronáutica”, explica el Dr. Sibisi. “Una cosa es mostrar que somos capaces de fabricar componentes de titanio en un laboratorio en Sudáfrica, pero ampliar e industrializar la producción es algo totalmente distinto”, señala. El Dr. Sibisi prevé que en los próximos cinco años el CSIR podrá demostrar que resulta viable producir componentes de titanio “al nivel y con la calidad que exigen los proveedores comerciales”.

El Dr. Sibisi es tajante en cuanto a la importancia de esta labor técnica: “Si no lo hacemos seguiremos exportando nuestras materias primas y no haríamos justicia a nuestra base de recursos ni a nuestro potencial para establecer una base industrial más sólida en aras del crecimiento económico del país a largo plazo”.

“En el CSIR no queremos limitarnos únicamente a fomentar la creación de nuevas empresas en torno a un componente tecnológico, sino estimular nuevas esferas de actividad industrial inexistentes hasta entonces en Sudáfrica. Este es sin lugar a dudas el papel más importante que podemos desempeñar”, recalca el Dr. Sibisi. De este modo el CSIR reduce la brecha entre las palabras y la realidad, “yendo más allá del marco de políticas para probar iniciativas concretas y ver si funcionan o no en la práctica. No lo sabremos hasta que no lo hayamos intentado”, explica el Dr. Sibisi. Esta función resulta crucial en ámbitos “en que los riesgos para la industria son muy elevados porque que los beneficios se encuentran a muchos años de distancia. Sin



embargo, podemos empezar a estudiar lo que sí resulta posible y, mientras se va conformando la base comercial, atraer a grandes socios industriales situados más abajo”.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Asimismo, el CSIR ayuda a Sudáfrica a crear las capacidades para atajar algunas de las peores enfermedades del continente, incluidos el VIH y la tuberculosis. Sudáfrica posee la mayor incidencia de infección por tuberculosis del mundo, y más del 70% de los enfermos de tuberculosis está infectado por el VIH/SIDA. En colaboración con sus socios estratégicos, el CSIR está elaborando un nuevo método para administrar medicamentos contra la tuberculosis a los enfermos, empleando la nanotecnología para simplificar los tratamientos, y aumentar el cumplimiento de los pacientes y reducir así al mínimo la incidencia de la tuberculosis multirresistente.

Entablar alianzas estratégicas entre las universidades, el sector público y la industria resulta fundamental para el éxito de estas iniciativas. El CSIR tiene dos posibilidades de colaboración con el sector privado: sobre la base de cada proyecto contractual y, de forma más estratégica, investigando en nuevos ámbitos o actividades. El Dr. Sibisi considera que queda un enorme margen para seguir fomentando las alianzas estratégicas a escalas nacional e internacional. En el contexto de África, el Dr. Sibisi señala que el CSIR colabora con institutos de Ghana y Kenya para enriquecer un alimento básico, el sorgo, en el marco de un proyecto financiado por la Fundación Gates. “Nos gustaría realizar más colaboraciones de este tipo, ya que existen muchos desafíos comunes en temas como la alimentación, el transporte, el medio ambiente y la gestión del agua”.

ALCANCE DE LAS ACTIVIDADES

En tanto que organización multidisciplinar de investigación con el mandato de mejorar el destino de la industria y el pueblo de Sudáfrica, el alcance de las actividades del CSIR no tiene límites. “Supone un punto fuerte, ya que podemos determinar cuáles son nuestras prioridades y descender cuanto consideremos necesario en la cadena de innovación”, señala el Dr. Sibisi. “En cambio, el punto débil es que podemos querer abarcar demasiado y, como consecuencia resultar menos eficaces”. Este desafío es constante para el Dr. Sibisi y sus colegas del CSIR. Cuanto más eficaz y acertada sea la labor de la organización, más le exigirá el gobierno.

FINANCIACIÓN

A pesar de que el CSIR es una institución pública, no se financia enteramente con recursos públicos. El 30% de los fondos procede directamente del erario público y el 70% se obtiene de contratos de trabajo encargados por entidades de los sectores público y privado.

“Si bien es cierto que la innovación es un método para estimular el crecimiento económico, nuestros esfuerzos en materia de innovación deben tener por objetivo el mejoramiento de la vida de todos los sudafricanos”



Foto: CSIR

Campos de sisal en la Provincia del Cabo Oriental, Sudáfrica. El CSIR colabora con las comunidades rurales en la producción y el procesamiento del sisal para la fabricación de componentes de automóviles y aeroespaciales.

DESAFÍOS EN MATERIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

La configuración de la estrategia en materia de propiedad intelectual (P.I.) del CSIR se basa en un marco jurídico nacional similar a la Ley Bayh-Dole de los Estados Unidos, en virtud de la cual se debe proteger y aprovechar la investigación pública en aras del interés de todos. En la actualidad, la organización es titular de más de 400 patentes de unas 160 familias de patentes. Si bien solicitar protección nacional por patente resulta sencillo, la solicitud de protección internacional por patente “supone un gran desafío por los costos que conlleva”, manifiesta el Dr. Sibisi. El CSIR se ve obligado cada año a tomar la difícil decisión de qué patentes se mantienen y cuales se desechan de acuerdo con sus perspectivas de comercialización. “Puede que estemos descartando patentes importantes, pero no podemos seguir pagando una amplia cartera de patentes internacionales si no obtenemos algún tipo de beneficio de ellas”, observa el Dr. Sibisi. La observancia de los derechos de P.I. plantea otro reto.

En el último decenio, el CSIR ha concedido sus activos de P.I. en licencia en repetidas ocasiones. Con estas negociaciones, a menudo complejas, el CSIR ha podido perfeccionar de forma continua sus prácticas en materia de licencias. “Está claro que tenemos que crecer, pero debemos hacerlo de forma orgánica y proporcional a nuestras actividades y nuestros éxitos, pero no lograremos el éxito si no disponemos de recursos”, señala el Dr. Sibisi. Sin embargo, más allá de aclarar la titularidad de la P.I., supone un desafío todavía mayor “determinar si existe una corriente suficiente de P.I., en particular de patentes que puedan tener éxito comercial”.

El CSIR cuenta con una estrategia de comercialización de tres frentes: la creación de una nueva empresa, en la que la organización tiene una participación; la venta directa de activos de P.I.; y las licencias de P.I. En cuanto a las licencias, cuando se percibe que la tecnología beneficia a un amplio público, se adopta un modelo de licencia doble. Por ejemplo, el implante de globo ocular, ideado por el CSIR, un ojo artificial cuyo movimiento se sincroniza con el del ojo sano para una mejor apariencia estética, se otorgó en licencia al sistema nacional de salud exenta de regalías y al sector privado con fines comerciales.

El Director Ejecutivo del CSIR está plenamente convencido de la importancia de la P.I. para la innovación. “La P.I. es importantísima. Constituye la base del crecimiento y la competitividad de las naciones y, en un mundo en el que gran parte de nuestras actividades dependen mucho de los conocimientos, ignorarlo sería una insensatez”, observa.

CREAR UNA ECONOMÍA INNOVADORA

Si bien Sudáfrica tiene la suerte de contar con importantes recursos minerales, un sector financiero muy sólido y un robusto marco regulatorio, el Dr. Sibisi hace hincapié en la necesidad

de seguir fortaleciendo el ecosistema de innovación del país y, en particular, de desarrollar las capacidades que sustentan la economía innovadora. “Tenemos que seguir desarrollando capacidades empresariales prácticas más allá de lo que se enseña en las escuelas de negocios, por muy importante que esto sea. Tenemos que realizar las capacidades necesarias para fomentar el surgimiento de empresas dinámicas e innovadoras”.

En cuanto a la financiación de la innovación, el Dr. Sibisi subraya que “no es sólo una cuestión de aportaciones. Hemos de empezar a prestar mayor atención a garantizar que exista una financiación y un apoyo apropiados donde se necesita y que se distribuyan de forma correcta”. Según el Dr. Sibisi ésta es una importante laguna de la financiación pública, puesto que no existe la “cultura del inversor providencial” ni en Sudáfrica ni en todo el continente. “Una cosa es animar a la gente a solicitar patentes, pero es necesario hacer más a favor de la comercialización y para aprovechar verdaderamente las ventajas sociales de la patente en cuestión”.

UN HOMBRE CON UNA MISIÓN

El Dr. Sibisi es un hombre con una misión. “En el futuro deseo ver un sector totalmente nuevo y sumamente dinámico que haya surgido de los cimientos establecidos por el CSIR en Sudáfrica. Quiero poder destacar distintos ejemplos de casos que hayan dado lugar a mayor inclusión, más puestos de trabajo y menos pobreza gracias a nuestra intervención. Deseo ver que el país asume plenamente la cultura de la innovación y que nosotros somos agentes determinantes para la innovación”. El gran compromiso de la organización con una amplia gama de interesados y el rigor con el que ejerce sus capacidades multidisciplinares implican que está en buenas condiciones para encarar los complejos desafíos actuales en materia de innovación. “Tenemos la obligación de hacerlo como representantes y líderes de un continente con gran potencial”, añade el Dr. Sibisi. “Si no lo logramos en Sudáfrica estaríamos siendo derrotistas y dejaríamos pasar una oportunidad que debemos aprovechar”. ♦

SINGAPUR:

un hogar para la innovación

A lo largo del último decenio, Singapur ha pasado a ser una de las economías más competitivas de Asia, uno de los lugares del mundo donde resulta más fácil hacer negocios y “un hogar para la innovación”. Singapur ocupa el tercer lugar en el Índice Mundial de Innovación de 2012 por segundo año consecutivo, y la importancia continua que ha concedido a desarrollar sus actividades de conocimientos y altamente innovadoras está dando sus frutos. Está previsto que se mantenga esta tendencia. En 2010, el Primer Ministro, Lee Hsien Loong, anunció que Singapur invertirá 16,1 mil millones de dólares de Singapur (12,9 mil millones de dólares EE.UU.), lo que supone un aumento del 20% en relación con el anterior lustro, para impulsar la investigación, la innovación y el desarrollo empresarial entre 2011 y 2015. “La investigación y la innovación sustentan la competitividad de nuestras industrias, catalizan un mayor crecimiento y transforman nuestra economía. El capital intelectual será aún más decisivo en la siguiente fase de nuestro desarrollo económico”, dijo el Primer Ministro durante una rueda de prensa en septiembre de 2010.

Las actividades de investigación y desarrollo (I+D) se han convertido en un pilar de la estrategia económica de la nación. El objetivo del país es elevar de aquí a 2015 el gasto bruto en I+D al 3,5% del producto interior bruto (PIB). El sector terciario de Singapur (universidades, institutos de investigación y escuelas politécnicas) desempeña un papel fundamental en la generación de la innovación que sustenta sus resultados económicos. Las oficinas de transferencia de tecnología establecidas en cada uno de estos sectores contribuyen a trasladar la tecnología de los laboratorios al mercado. También ayudan a determinar qué temas de investigación tienen potencial comercial, a garantizar que la investigación se oriente hacia los resultados, y a elaborar estrategias para su explotación comercial.

La *Revista de la OMPI* entrevistó recientemente al Dr. Valdeew Singh, Director del Centro de Innovación y Comercialización Tecnológica (CTIC, por su sigla en inglés), la rama empresarial de la Escuela Politécnica de Nanyang (NYP, por su sigla en inglés), para conocer mejor el papel y los desafíos del CTIC en la gestión de los activos de propiedad intelectual (P.I.) de la NYP. La NYP ha recibido varios prestigiosos galardones en reconocimiento a sus innovaciones y a su excelencia empresarial y organizativa. Entre estos galardones figuran el Premio a la Calidad de Singapur, el Premio a la Excelencia en Innovación y el Premio Popular a la Excelencia. El CTIC también es un usuario convencido de los servicios de P.I. de la OMPI.

El CTIC, establecido en 2008, es casi un recién llegado al campo de la transferencia de tecnología. Sin embargo, ha demostrado rápidamente que puede contribuir positivamente con su función de identificar, proteger, gestionar y explotar los activos de P.I. de la NYC. La misión del CTIC consiste en “actuar como un puente eficaz entre las instituciones y la industria para facilitar la transferencia de tecnología en pos de un mayor bienestar económico y beneficio para la sociedad de Singapur. Constituye un conducto para respaldar a la industria local y la comunidad de Singapur mediante las invenciones e innovaciones de la NYP”, explica el Dr. Singh. Con tal fin, contribuye a encabezar la investigación politécnica, impulsar la innovación y la creación de empresas y alentar iniciativas empresariales entre los estudiantes.

El CTIC colabora estrechamente con las siete escuelas de la NYP (Ingeniería, Tecnologías de la Información, Ciencias Químicas y de la Vida, Ciencias de la Salud, Medios Digitales e Interactivos, Diseño, y Administración y Dirección de Empresas) para lograr los dos objetivos estratégicos de la NYP: alimentar el espíritu innovador y empresarial y “vender” sus ideas. “La función y las responsabilidades del CTIC han evolucionado a lo largo de los años, y el centro se ha transformado en una lanzadera a la innovación y las empresas en la NYP”, señala el Dr. Singh.

PROTECCIÓN Y GESTIÓN DE LA P.I.

El Centro se dedica principalmente a la gestión de carteras de P.I. y a las licencias. pero también desempeña un papel fundamental en la coordinación de la financiación para la I+D, el fortalecimiento de la colaboración con otras universidades e institutos de investigación y la creación de vínculos con socios de la industria y las empresas.

En el Itinerario de gestión y comercialización de la P.I. elaborado por el Centro [véase el gráfico 1] se definen de manera clara y sistemática cada una de las etapas del proceso de trasladar una idea del laboratorio al mercado. Una vez redactado el informe de divulgación de la invención con los detalles de la misma, éste se remite al representante especialista en P.I. de la escuela en cuestión, quien realiza una primera evaluación antes de enviarlo al CTIC. Los representantes de P.I. son expertos en su ámbito y reciben del CTIC formación en materia de gestión y protección de la P.I.



Fotos: NYP-CTIC

Los investigadores de la NYP desarrollaron un simulador multimedia de carreras para promocionar el Gran Premio Gintel de Fórmula 1, ofreciendo nuevas oportunidades de innovación, modificación y producción de videojuegos. Los activos artísticos y la codificación que se elaboraron están protegidos por derecho de autor y son propiedad de la NYP.

Un dispositivo de alarma personal integrado en el teléfono móvil emite un fuerte sonido en caso de que se ataque al dueño del teléfono. También contiene un componente de "red de comunidad" con el que las personas conectadas en la comunidad reciben la señal de socorro. La invención fue objeto de una solicitud de patente presentada en virtud del PCT el 5 de octubre de 2007 (PCT/SG2007/00034).

Con este equipo multidisciplinar y muy cohesionado, el CTIC puede aprovechar el acervo de conocimientos politécnicos, y la gran experiencia adquirida para ampliar su ámbito de difusión y sus contactos. Una vez recibido el informe de divulgación de la invención, los especialistas en tecnología del CTIC examinan y evalúan pormenorizadamente la invención para determinar su potencial en materia de P.I. Gracias a una matriz de "tecnología y mercado" concebida especialmente para ello, se pueden clasificar objetivamente las tecnologías propuestas y determinar de modo coherente su patentabilidad y viabilidad desde el punto de vista tecnológico y comercial. En caso de aprobarse, se formula una recomendación acerca de cómo proteger y aprovechar comercialmente la invención.

"La decisión de solicitar o no la protección de la P.I. depende en gran medida de la relación entre los costos y los beneficios", explica el Dr. Singh. "Si la tecnología sólo resulta apropiada para el mercado local, la fase de presentación nacional de la patente en Singapur se da por concluida. Sin embargo, si la patente posee atractivo internacional, preferimos la opción del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT, por su sigla en inglés). Posteriormente, se estudia presentar la solicitud en los distintos países según sus posibilidades comerciales y el interés de los licenciarios o socios de la industria para su(s) mercado(s) específico(s). Se opta por presentar una solicitud provisional cuando es necesario más tiempo para medir el interés y potencial de determinadas tecnologías", añade.

"La OMPI ofrece una gama útil y exhaustiva de servicios de presentación de solicitudes y registro. PATENTSCOPE resulta especialmente útil para buscar con rapidez las solicitudes presentadas en el marco del PCT. Nosotros lo utilizamos con la diligencia debida antes de recurrir a abogados especialistas en patentes", apunta. "Las bases de datos de la OMPI son también muy útiles para recabar información sobre la situación en materia de P.I. de un ámbito específico de la tecnología, como las tecnologías limpias".

El CTIC presenta una media de 15 solicitudes de patente cada año. Hasta la fecha, se han presentado 188 solicitudes de patente y se han concedido 137. En ellas se recogen invenciones de ámbitos que abarcan desde la biotecnología (ciencias de la vida, dispositivos y sistemas biomédicos, bioinformática), tecnologías de la información y computación, ingeniería (eléctrica, electrónica y mecánica y robótica y de automatización), asistencia sanitaria y materiales. El CTIC se ocupa del registro de dibujos y modelos industriales y de la protección del derecho de autor en contenidos de enseñanza y aprendizaje, juegos, videos de animación y aplicaciones de software. También se encarga de la gestión de los secretos comerciales de las recetas de alimentos y los procesos de fabricación exclusivos de la NYP.

LAS LICENCIAS

Las licencias constituyen actualmente el objetivo principal de la estrategia de comercialización del CTIC. Hasta ahora, el CTIC ha facilitado 33 acuerdos de licencias de P.I., concluyendo una media de 12 acuerdos de este tipo cada año. Para garantizar la solidez de los muchos tipos de licencias que gestiona, el Centro ha elaborado una gran lista de control de las condiciones a considerar durante la negociación de una licencia de P.I. Entre estas condiciones figuran el tipo de licencia, su duración, los territorios, el ámbito de utilización, las tasas pagaderas y el método de pago, el alcance de los derechos del licenciante, la tramitación y mantenimiento, la indemnización, la garantía y la infracción.

En cuanto a la negociación de las licencias con los socios tecnológicos de países en desarrollo, el CTIC “garantiza la asequibilidad a la parte en cuestión a cambio de que ésta asegure un uso justo y sus mejores esfuerzos en la explotación o aplicación de la P.I. en cuestión. Si existen posibles beneficios para la comunidad, es probable que nuestras condiciones de licencia sean más generales”, explica el Dr. Singh.

Los esfuerzos de comercialización del CTIC se basan en el deseo de generar beneficios económicos y sociales. “No buscamos obtener el mayor beneficio posible, sino ayudar a la industria local y a la comunidad, marcar la diferencia en el desarrollo de las capacidades tecnológicas y mejorar la calidad de vida. Los ingresos obtenidos se canalizan de vuelta a la escuela politécnica para garantizar su avance tecnológico sostenido”, observa el Dr. Singh.

DESARROLLO EMPRESARIAL

El compromiso de la NYP por impulsar un espíritu innovador y empresarial está empezando también a dar resultados en forma de creación de empresas emergentes (*start-ups*). Hasta ahora el personal, los estudiantes y los ex alumnos de la NYP han creado cinco empresas de este tipo en los ámbitos de las ciencias de la vida, la electrónica, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la tecnología alimentaria, la gestión de la identidad en Internet y el comercio electrónico. Para el Dr. Singh este desarrollo empresarial supone una oportunidad para mejorar los esfuerzos de comercialización de la NYP. El amplio abanico de “servicios de apoyo a la comercialización” del CTIC desempeña un importante papel en este sentido. Por ejemplo, tiene una importante función a la hora de presentar la cartera de P.I. de la NYP a las empresas emergentes y a los mentores comerciales y los grupos de financiación para su posible adopción. El servicio de inteligencia empresarial y tecnológica del centro ayuda a las empresas a descubrir oportunidades y mitigar los riesgos, y las instalaciones de incubación empresarial gestionados por la NYP ayudan a las empresas nuevas a ser independientes. En las instalaciones de incubación empresarial, entre las que figuran 15 laboratorios “secos” (de ingeniería, tecnologías de la información y la comunicación (TIC), tecnologías de la información y tecnología alimentaria, gestión de la identidad en Internet y comercio electrónico) y 8 laboratorios “húmedos” (de ciencias de la vida, ciencias de los materiales y tecnología alimentaria), también se ofrecen oportunidades de aprendizaje práctico que generan valiosos descubrimientos industriales y de investigación en beneficio de las empresas emergentes y la NYP.

La NYP “trabaja en pos del beneficio de todos para garantizar el interés común y el provecho mutuo”, explica el Dr. Singh. La NYP ha establecido varios centros de tecnología especializada en campos concretos, en colaboración con los principales proveedores y socios tecnológicos, para impulsar el desarrollo de sus capacidades técnicas en ámbitos específicos y para lograr que las empresas locales participen en la prestación de soluciones “listas para su aplicación inmediata” y adaptadas para atender sus propias necesidades. “Sacamos provecho porque obtenemos acceso a las últimas tecnologías y conocimientos, lo que nos permite estar al día, y adquirimos una mejor comprensión de las necesidades del mercado a través de las posibilidades de participar en la I+D y el desarrollo de proyectos industriales para que nuestro personal y nuestros estudiantes se familiaricen más con estas situaciones”, señala el Dr. Singh. “Por otra parte, la industria se beneficia accediendo a la pericia, las instalaciones y los recursos que les permitirán mejorar sus productos, procedimientos y servicios. También ofrecemos programas de enseñanza continua y formación para mejorar las capacidades y competencias de los trabajadores de la industria para que éstos sigan siendo pertinentes y estén al día”.



Foto: NYP-CTIC



Una Pyme local especializada en robótica obtuvo la licencia de un dispositivo de robot de dos ruedas creado por la NYP y dirigido a desarrolladores de hardware y software que incluye el robot y un módulo de visión capaz de seguir el movimiento de una pelota, un módulo de control de movimiento y un módulo de comunicación entre la computadora personal y el robot. El dispositivo y sus módulos están protegidos por derecho de autor y son propiedad de la NYP.

Los investigadores de la NYP, en colaboración con el Centro Nacional de Cardiología, crearon una válvula hemostática cuya licencia se ha concedido a un proveedor de dispositivos médicos y electrónicos que brinda soluciones en el marco de la atención sanitaria, el diagnóstico y las industrias electrónica y de dispositivos médicos en todo el mundo. La invención fue objeto de una solicitud de patente presentada en virtud del PCT el 27 de junio de 2008 (PCT/SG2008/000232).

DESAFÍOS

Crear una cadena de valor “de la idea al mercado” integrada y eficaz es uno de los principales desafíos que encara el CTIC. Ello requiere aplicar una estrategia integral, de investigación politécnica, innovadora y empresarial que ponga en sintonía a las personas, los recursos y las tecnologías y que resulta fundamental para crear un conducto robusto de nuevos activos de P.I. Otros desafíos que arrostra el CTIC son mantenerse al día de los avances tecnológicos y del cambiante entorno empresarial y mantener una cartera saneada de activos de P.I. de calidad con un buen potencial comercial. Sin embargo los desafíos traen consigo oportunidades. El Dr. Singh considera que hay mucho margen para fortalecer los vínculos de colaboración con oficinas de transferencia de tecnología de ideas afines, tanto a escala nacional como en el extranjero. Gracias a estas redes se podría:

- contribuir a ampliar el alcance del mercado fuera de Singapur;
- lograr oportunidades para agrupar los activos de P.I. y crear propuestas comerciales más atractivas;
- promover la I+D nacional para crear productos comerciales más pertinentes; y
- crear oportunidades para el intercambio de prácticas óptimas y de experiencias.

Si bien resulta fundamental contar con un liderazgo fuerte, una organización matriz que brinde apoyo y un conducto apropiado para las tecnologías prometedoras, según la experiencia del CTIC, existen otras ideas útiles para quienes emprenden el viaje de la transferencia de tecnología. Entre ellas figuran las siguientes necesidades:

- contratar a personal competente, bien formado y motivado que goce de reconocimientos y recompensas apropiados a sus logros; un equipo que aúne gente nueva y experimentada puede producir resultados interesantes, proponer nuevas ideas y desarrollar nuevas capacidades que se maten con la experiencia y los conocimientos institucionales;
- adoptar políticas y prácticas pragmáticas y flexibles para aprovechar los recursos a disposición, y el potencial y las capacidades existentes; hacer hincapié en la mejora y no en la revisión;
- ofrecer un abanico de servicios de apoyo empresarial y a la innovación coherentes, eficaces y transparentes y desarrollar una tecnología eficaz y las capacidades de inteligencia empresarial;
- entablar y fortalecer las relaciones con los socios de la industria, los institutos de investigación y otros “puntos de enlace” de dentro y fuera de la organización; es igualmente importante quién le conoce a usted como a quién conoce usted; y
- fomentar una cultura de la innovación, centrarse en sus objetivos y perseverar.

En su esfuerzo por mantener la competitividad y garantizar un crecimiento económico sostenido, Singapur se ha transformado en el último decenio en una economía basada en los conocimientos e impulsada por la innovación. “La investigación y el desarrollo son la base de la competitividad de las industrias de Singapur y catalizan un mayor crecimiento y esperamos que sigan transformando la economía”, explica el Dr. Singh. Las instituciones terciarias locales desempeñan un papel fundamental en este sentido, y con la pericia, recursos y capital intelectual de que disponen prometen “impulsar la innovación, creando nuevas oportunidades en forma de nuevas industrias, empresas emergentes y nuevos puestos de trabajo”, señala el Dr. Singh. El éxito notable de Singapur en la creación de un entorno nacional de innovación ofrece ideas interesantes sobre el desarrollo eficaz de un ecosistema de innovación funcional y productivo que aliente el crecimiento económico nacional. La NYP, reconocida como una de las escuelas politécnicas líderes en innovación está aportando su contribución al desarrollo continuo de la economía, la industria y la fuerza laboral de Singapur. ♦



En las instalaciones de incubación empresarial de la NYP – 15 laboratorios “secos” (de ingeniería, TIC, tecnologías de la información y gestión de la identidad en Internet) y 8 laboratorios “húmedos” (de ciencias de la vida, ciencias de los materiales y tecnología alimentaria) – se ofrecen oportunidades de aprendizaje práctico que generan valiosos descubrimientos industriales y de investigación

EL DEPORTE, los artículos deportivos y la industria del deporte

*Por el Dr. Jochen M. Schaefer,
Asesor Jurídico de la Federación Mundial de la
Industria de Artículos Deportivos (WFSGI)*





Las zapatillas color amarillo neón de clavos *Nike Zoom Victory Elite*, que forman parte de la colección *Volt* de Nike, diseñada especialmente para los Juegos Olímpicos, y que son las que utilizaron el campeón de los 10.000 y los 5.000 metros, Mo Farah, y unos 400 atletas más, pesan tan sólo 98 gramos.

Los aficionados al deporte de todo el mundo han quedado maravillados por los logros de los atletas que han participado en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres de 2012. En números anteriores, la *Revista de la OMPI* ha ofrecido una pléthora de perspectivas sobre la importancia de la P.I. para distintas organizaciones deportivas. En este artículo se estudia la importancia de la protección de la P.I. desde la perspectiva de la industria de los artículos deportivos.

La industria del deporte constituye un negocio muy amplio que abarca desde la venta de alimentos y *souvenirs* deportivos hasta la venta de derechos de difusión y los acuerdos de patrocinio. En esta industria hay numerosas partes interesadas, desde los clubes, las ligas y los patrocinadores a los organismos de radiodifusión y, por supuesto, los fabricantes del equipamiento que hace posible el deporte de alto nivel: la industria de los artículos deportivos. Según un estudio de la consultora A.T. Kearny, se estima que el valor la industria mundial del deporte alcanza los 620 mil millones de dólares EE.UU.

Las empresas de artículos deportivos, tanto grandes como pequeñas, gastan millones de dólares cada año en desarrollar productos nuevos y mejorados no sólo en beneficio de los atletas de élite, sino también de los aficionados y de las personas a quienes les gusta llevar calzado y ropa de deporte cómodos a diario. Muchas de estas empresas invierten también grandes sumas de dinero en apoyar a jóvenes



atletas con talento en comunidades de todo el mundo; jóvenes que prometen convertirse en los héroes deportivos del futuro. El sistema de P.I. y la protección que otorga desempeñan un papel fundamental en que los fabricantes de artículos deportivos puedan seguir invirtiendo en la investigación y creación de equipamiento más eficaz y asequible para los atletas de hoy y de mañana.

Foto: Adidas

LA CARRERA TECNOLÓGICA

Prácticamente todos los deportes se han beneficiado de los avances que han experimentado los materiales y los procesos de ingeniería. Los materiales naturales (madera, cordel, tripa, caucho) empleados en la fabricación de los equipos de antaño han sido progresivamente sustituidos por una amplia gama de materiales sintéticos, muy sofisticados, como las aleaciones y los polímeros. Los equipos fabricados con estos materiales más ligeros y duraderos han permitido a los atletas de todo el mundo reducir al mínimo las lesiones y superar los límites de su rendimiento.

El empresario alemán Adolf "Adi" Dassler, fundador de *Adidas*, fue uno de los primeros en comercializar con éxito un artículo deportivo tecnológicamente mejorado al fabricar una bota de fútbol innovadora con suela de nylon ligero y tacos de rosca. Con estas botas, el equipo alemán consiguió la victoria frente a Hungría en la final de la Copa Mundial de 1954 en Berna (Suiza). Debido a las intensas lluvias, el terreno estaba muy resbaladizo, así que el equipo alemán optó por utilizar las botas innovadoras de Adi Dassler. Sus tacos más largos mejoraron el agarre de los jugadores, permitiéndoles un mayor control del balón, una ventaja que les ayudó a ganar el partido.

Desde entonces, los avances en el diseño del calzado deportivo han sido espectaculares gracias a una importante inversión en investigación y desarrollo (I+D). Hoy en día, los principales fabricantes de artículos deportivos, como *Nike*, *Puma*, *Asics* y otros, destinan más del uno% de su volumen de ventas anual a I+D.

adidas®



asics®

La idea del fundador de *Adidas*, Adi Dassler de que "ligereza es igual a rapidez" queda condensada en el concepto de *adizero*. Desarrollada en el Japón, la gama *adizero* incorpora técnicas tradicionales de fabricación manual y utiliza tejidos transpirables de alta tecnología. Creada con la colaboración del velocista estadounidense Tyson Gay y la heptatleta británica Jessica Ennis, cuenta con una plataforma de carbono de 1,3 mm para minimizar la pérdida de energía y tachuelas de nano-cerámica de compresión permanente para optimizar la propulsión y obtener una mayor velocidad.

Nike, *Puma*, *Asics* y otros destinan más del 1% de su volumen de ventas anuales en el mundo a I+D.



Michael Phelps, el atleta olímpico más laureado de todos los tiempos, mantiene un vínculo con *Speedo* desde 2001. La tecnología *IQ Fit* de *Speedo*, desarrollada por *Aqualab*, el gorro *Fastskin3* y las gafas *Fastskin3 Super Elite* y *Elite* garantizan una hidrodinámica óptima. Usados juntos, la fuerza de arrastre del cuerpo puede reducirse hasta en un 5,7%, reflejándose en un mejor rendimiento.

En los (celosamente vigilados) laboratorios de ensayo de alta tecnología, equipados con los avances más recientes, las marcas deportivas trabajan en estrecha colaboración con atletas de élite, donde miden y registran los movimientos de éstos con el fin de desarrollar equipos para un rendimiento óptimo. Algunos cuentan incluso con instalaciones específicamente diseñadas para desarrollar y probar los equipos bajo condiciones diversas. *Aqualab*, el centro mundial de investigación y desarrollo de *Speedo*, por ejemplo, trabajó con atletas, entrenadores, científicos del deporte, expertos en hidrodinámica, ingenieros ópticos y psicólogos para crear su innovador sistema *Fastskin Racing System*®. Esta extensa gama de trajes de baño y equipamiento de natación trabajan en conjunto para que los nadadores puedan cortar el agua con la máxima eficacia. Es en estos complejos laboratorios donde se disputa la carrera tecnológica del deporte.

Las zapatillas deportivas más ligeras del mundo son ultralivianas y un “peso pluma” y son la suma de un sinnúmero de tecnologías. Las zapatillas de clavos de color amarillo neón *Nike Zoom Victory Elite*, que forman parte de la colección *Volt* de Nike, diseñada especialmente para los Juegos Olímpicos, y que son las que utilizaron el campeón de los 10.000 y los 5.000 metros, Mo Farah, y unos 400 atletas más, pesan tan sólo 98 gramos. Las zapatillas de clavos *adizero Prime SP* de *Adidas*, creadas en colaboración con el velocista estadounidense Tyson Gay y la heptatleta británica Jessica Ennis, también están por debajo de los 100 gramos.

Se trata del juego de la alta tecnología —la fórmula neurálgica que impulsa la creación de productos nuevos y sofisticados—. Estos, a su vez, permiten alcanzar un rendimiento ejemplar que bate marcas y que tanto gusta a los medios de comunicación y los aficionados al deporte de todo el mundo.

ROPA INTELIGENTE

La convergencia tecnológica y la ropa deportiva inteligente son la última moda en la innovación de artículos deportivos. Las perspectivas de crecimiento de la alta tecnología para el deporte son tales que muchas marcas no deportivas están deseosas de captar una porción del mercado. Los principales fabricantes de electrónica de consumo, como *Apple*, *Nokia* y *Samsung*, están trabajando en estrecha colaboración con las mejores marcas deportivas para desarrollar nuevas tecnologías relacionadas con el deporte (y nuevas fuentes de ingresos). Así, por ejemplo, *Apple Inc.* ya ha hecho incursiones en el sector con su paquete deportivo *Nike + iPod*, que, gracias a los sensores colocados en las zapatillas Nike+, permite a los usuarios de iPod obtener información en tiempo real durante las sesiones de entrenamiento y hacer un seguimiento del rendimiento.

En enero de 2012, Apple obtuvo una patente (patente estadounidense N° 8.088.258) para una “prenda inteligente” en la que se fijan sensores avanzados que transfieren datos —como la información de la ubicación, datos fisiométricos del usuario, rendimiento de la prenda y datos de desgaste— a un dispositivo externo de procesamiento de datos, como un reproductor

portátil de medios digitales conectado a un servidor informático. Las estimaciones indican que las ventas de sensores deportivos aumentarán de 20 millones en 2011 a alrededor de 170 millones en 2017. No es de extrañar que haya tanto interés en este mercado boyante que promete el nacimiento de nuevas empresas conjuntas y acuerdos de licencia. El éxito de tales empresas dependerá, en gran medida, de la gestión eficaz de los activos de P.I. y del acceso a servicios de P.I. asequibles, eficientes y fáciles de usar, como el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT).

DISEÑOS GANADORES

Los artículos deportivos del siglo XXI simbolizan deporte, estilo de vida y moda. El diseño del producto, ya sea *retro* o con visión de futuro, es fundamental para su éxito comercial. Proteger los derechos sobre esos diseños es igualmente importante. Los derechos de diseño (conocidos como patentes de diseño en los Estados Unidos) son un instrumento importante que permite a los fabricantes de artículos deportivos defenderse ante las infracciones. A principios de este año, por ejemplo, Nike interpuso una demanda ante el Tribunal de los EE.UU. del Distrito de Nevada contra una empresa asiática fabricante de calzado, alegando la infracción de 23 de sus patentes de diseño registradas (véase: www.scribd.com/doc/80766087/Nike-et-al-v-QiLoo-International).

No puede subestimarse la importancia de la P.I. en las estrategias comerciales de las empresas de artículos deportivos. Constituye un factor determinante para mantener su competitividad, y es un elemento fundamental de la lucha contra la falsificación, de la que, con demasiada frecuencia, son víctimas los fabricantes de artículos deportivos. La Asociación de Fabricantes de Artículos Deportivos (SGMA), asociación profesional de las principales marcas deportivas y de mantenimiento físico del sector, estimó que, solamente en los Estados Unidos, el valor al por menor de los artículos deportivos falsificados incautados por las autoridades aduaneras y del orden público en el año 2010 fue de alrededor de 1.400 millones de dólares EE.UU.

“DEJAR MARCA”

Si bien las patentes y los derechos de diseño son muy importantes a la hora de proteger las tecnologías de vanguardia con gran atractivo para el consumidor, las empresas de artículos deportivos viven de las marcas en que se basa su identidad de marca. En el contexto comercial actual, resulta fundamental poder obtener la protección de marcas con rapidez y eficacia en múltiples mercados. Los servicios de registro internacional de marcas de la OMPI pueden ser particularmente útiles en este sentido. Ofrecen a las empresas de productos deportivos, grandes y pequeñas, una forma rápida, fácil y asequible de registrar sus marcas en varios países. Esto, naturalmente, supone sólo un primer paso fundamental para crear el valor de una marca y obtener su reconocimiento.

En sus 40 años de existencia, Nike y su icónico silbido han hecho mella en la imaginación de los consumidores y se ha



La camiseta biométrica de compresión de *Under Armour* mide distintos aspectos del rendimiento durante la actividad deportiva, como la frecuencia cardíaca y la fuerza G. Los datos pueden transmitirse en tiempo real a las pantallas de los estadios.



Foto: HEAD

La tenista rusa María Sharapova firmó un acuerdo de patrocinio con el importante fabricante de raquetas de tenis *HEAD* en enero de 2011. Sra. Sharapova utiliza la raqueta de tenis *YouTek™ Instinct IG Series* que cuenta con la tecnología innovadora *Innegra™* de *HEAD*, un compuesto híbrido, para reducir la vibración de impacto de la pelota y permitir un mayor control. La delgada geometría aerodinámica del marco de la cabeza de la raqueta también aumenta su maniobrabilidad, lo que permite mayores velocidades de *swing*.

convertido en una de las marcas deportivas más conocidas del mundo, disfrutando de un atractivo prácticamente universal, con un reconocimiento mundial del 97%. Esta marca simple y memorable, valorada por *Interbrand* en 2011 en unos 14.528 millones de dólares EE.UU., contribuye de forma considerable a la imagen, el valor y los resultados de la empresa.

Una ventaja fundamental de que gozan las marcas deportivas en los principales acontecimientos deportivos es el hecho de que, a diferencia de otros patrocinadores oficiales, se encuentran en el centro de la acción. En estos acontecimientos de gran resonancia, todas las miradas recaen sobre los atletas que llevan o utilizan equipos de marca. Algunas marcas tratan de aumentar aún más su notoriedad, por ejemplo, mediante el uso de colores llamativos —como el amarillo refulgente de la colección *Volt* de Nike— que destacan sobre los colores de un equipo. No obstante, esta práctica no siempre está bien vista por los principales organizadores de acontecimientos deportivos y los titulares de derechos.

Esta exposición sin costo alguno, no les parece adecuada, habida cuenta de las grandes sumas que desembolsan los patrocinadores oficiales —se estima que sólo en los Juegos Olímpicos de Londres 2012 fueron mil millones de dólares EE.UU.— con el fin de verse asociados a acontecimientos deportivos de gran resonancia. Algunos órganos rectores del deporte tratan periódicamente de limitar esta exposición, por ejemplo, reduciendo el tamaño y la visibilidad de los logotipos en la ropa y el equipamiento deportivo. Asimismo, se hace un esfuerzo por suspender temporalmente antes, durante y poco después de un gran acontecimiento deportivo las campañas de publicidad donde aparecen los atletas de élite, aun cuando dicha publicidad no guarde relación con éste.

Sin embargo, la industria de los artículos deportivos y sus representantes piensan que la visibilidad de sus logotipos en estos acontecimientos es merecida y no debe verse limitada, especialmente si se tienen en cuenta las importantes inversiones que la industria sigue haciendo —tanto en especie como particularmente en apoyo de las federaciones deportivas, los clubes y los propios atletas—. Sin la continua inversión de la industria en el desarrollo de mejores productos, disminuiría el atractivo de los acontecimientos deportivos de primer nivel, y los consumidores en general dejarían de beneficiarse de desarrollos innovadores de referencia, principalmente en el campo de las mejoras continuas del producto.

Los artículos deportivos están presentes en casi todas las actividades deportivas. Pueden ayudar a los atletas de competición a alcanzar su máximo potencial, inspirando a las nuevas generaciones a participar. También hacen del deporte de base comunitaria una experiencia más cómoda, divertida y gratificante. A medida que crezca el interés mundial por el deporte, las relaciones comerciales que caracterizan a la industria se volverán más complejas. La gestión estratégica y eficaz de los activos de P.I. constituye un factor decisivo para establecer una cooperación intrasectorial fructífera y un comercio justo. ♦

COSTA RICA

fomenta el respeto por los derechos de propiedad intelectual

Foto: ART-Costa Rica



De izquierda a derecha: Jueces del Tribunal Lic. Kathya Mora Cordera, MSc, Guadalupe Ortiz Mora, MSc, Normal Ureña Boza, Lic. Ilse Díaz Díaz, Dr. Pedro Suárez Baltodano.

Desde su creación en diciembre de 2002, el Tribunal Registral Administrativo (TRA) de Costa Rica ha hecho grandes progresos para sensibilizar al país en materia de propiedad intelectual (P.I.) e infundir confianza en el sistema nacional de propiedad intelectual. En los preludios de la celebración de su 10º aniversario, la *Revista de la OMPI* se entrevistó con la presidenta del Tribunal Registral, Sra. Guadalupe Ortiz, para conocer mejor la labor del Tribunal y sus planes de futuro.

ANTECEDENTES

La Ley de Costa Rica N° 8039 de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, promulgada en 2000, surgió del compromiso del país para aplicar las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (AD-PIC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC), y de su reconocimiento de la importancia de la P.I. como catalizadora del crecimiento económico y el desarrollo. Esta ley prevé la creación del Tribunal Registral Administrativo, un órgano independiente especializado en juzgar los recursos de apelación de las decisiones y otras medidas tomadas por los registros nacionales de propiedad intelectual del país. El Tribunal, adscrito al Ministerio de Justicia, es una pieza fundamental en la estrategia del país dirigida a mejorar el conocimiento de los derechos de propiedad intelectual y del sistema de P.I. en su conjunto y lograr un mayor respeto hacia ellos. El Tribunal Registral Administrativo es el único de este tipo que existe en América Latina, y conoce de casos relacionados con los derechos sobre los bienes materiales y los derechos sobre los bienes inmateriales.

FOMENTAR LA CONFIANZA EN EL SISTEMA DE P.I.

En sus 10 años de existencia, el Tribunal ha visto unos 6.500 casos, de los que sólo alrededor de 20 han pasado a los tribunales para su resolución. "Esto refleja el alto nivel de confianza que los usuarios tienen en el sistema. Uno de los puntos fuertes de nuestro sistema es que ofrecemos un servicio ágil y transparente. Los solicitantes que deseen recurrir la decisión de uno de los registros nacionales de propiedad intelectual

pueden defender sus derechos y tienen una segunda oportunidad para presentar su caso”, señala la Sra. Ortiz. “Creemos firmemente en el principio del servicio público. Los usuarios disponen de un acceso rápido y fácil a la justicia y se les garantiza la oportunidad de discutir todos los temas relacionados con su caso”, explica. Independientemente de si la decisión del Tribunal es favorable a los usuarios, éstos se benefician de un razonamiento jurídico bien motivado en cuanto a la cuestión de la justificación de su caso, y quedan satisfechos de haber tenido un juicio justo”. A pesar de que los usuarios tienen la opción de utilizar el sistema jurisdiccional ordinario, tienden a acudir al Tribunal Registral. El escaso número de recursos que han pasado a los tribunales indica que los usuarios quedan satisfechos y convencidos con las explicaciones y el análisis del Tribunal sobre su caso”, dice la Sra. Ortiz.

El carácter completamente autónomo del Tribunal, que dispone de su propio presupuesto y sistema de gobierno, está concebido para garantizar la imparcialidad de sus decisiones. Cinco jueces especializados en P.I. y nombrados por el Ministerio de Justicia presiden los casos. De este modo, los usuarios están seguros de que sus casos serán examinados por expertos bien versados en las complejidades del Derecho de la propiedad intelectual y con un buen conocimiento de éste. El hecho de que este pequeño grupo de jueces especializados tenga un mayor conocimiento del sistema de P.I. ofrece dos ventajas principales. Por un lado, significa que los casos se tramitan de manera precisa y puntual. Por otro lado, las decisiones sobre los casos en que concurren circunstancias similares son más sistemáticas, lo que conduce a resultados más predecibles y a una mayor confianza del mundo empresarial. “Estamos convencidos de que la seguridad jurídica es la base de un sistema de propiedad intelectual robusto y eficaz. Nuestra labor consiste en velar por la observancia de los derechos de P.I. y el acceso a todos los aspectos del Derecho de la P.I. a través de un mecanismo en el que los usuarios puedan creer y confiar”, dice la Sra. Ortiz. “El beneficio directo para los usuarios es que entienden mejor por qué no han salido adelante sus solicitudes ante el registro nacional de propiedad intelectual y, naturalmente, qué tienen que hacer para que sus solicitudes obtengan el registro”, señala. “Esto no sólo supone un beneficio inmediato para los usuarios, sino que, a largo plazo, contribuye a aumentar y reforzar el conocimiento y la confianza en el sistema de P.I. entre la comunidad de usuarios, tanto en el país como en el extranjero”.

ASPIRAR A LA EXCELENCIA

Desde su creación, el Tribunal ha tratado de mantenerse al corriente de las novedades que se producen en el ámbito de la legislación de P.I. y perseverar en la calidad de sus decisiones. Mediante un programa de formación continua en materia de P.I. y la participación habitual de los especialistas del Tribunal en los foros nacionales e internacionales se asegura que los funcionarios se mantengan al día de las nuevas tendencias y de las novedades en materia jurídica.

Estas y otras medidas han permitido al Tribunal forjarse una reputación como foro de excelencia, ofreciendo un servicio público de la mejor calidad y fomentando un mayor conocimiento del sistema de P.I. en el país. En el ámbito de las marcas, por ejemplo, el Tribunal vigila estrictamente el registro de las marcas notoriamente conocidas en Costa Rica. Sus objetivos son dos: primero, enviar un mensaje claro a la comunidad empresarial internacional en el sentido de que sus derechos de marca se cumplen y respetan en Costa Rica y, segundo, proteger a los consumidores y a la población en general de ser engañados y comprar productos de calidad inferior o falsificados.

En el último decenio, el Tribunal ha sentado una jurisprudencia considerable. “Nuestra jurisprudencia ya está bastante madura, pero hacemos un seguimiento de la evolución internacional del Derecho de la propiedad intelectual y la doctrina sobre nuevas cuestiones en materia de propiedad intelectual. La P.I. es un campo que evoluciona con rapidez, y tenemos que estar al día de los últimos acontecimientos”, observa la Sra. Ortiz. “Una característica distintiva del éxito del Tribunal en el último decenio es la calidad de las decisiones, la introducción de normas internacionales



y una visión clara sobre la importancia fundamental de las garantías procesales debidas”, añade. Una base de datos en línea ofrece a los especialistas y al ciudadano en general un acceso fácil a la jurisprudencia del Tribunal y a recursos jurídicos. Esta inestimable fuente de consulta jurídica no sólo da apoyo al Tribunal en su labor, sino que también está sirviendo para mejorar el conocimiento del sistema de propiedad intelectual en todo el país.

LA COMISIÓN DE ENLACE INTERINSTITUCIONAL PARA LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (CIPPI)

Si bien el Tribunal es un elemento determinante de la estrategia del país dirigida a fomentar el respeto y la observancia de los derechos de P.I., éste no actúa de manera aislada. El Tribunal forma parte de una estrategia nacional coordinada en materia de P.I., en la que participan una gran diversidad de instituciones, como, por ejemplo, las autoridades aduaneras, organismos públicos e instituciones de las comunidades académica y empresarial, que confluyen en el marco de la Comisión Interinstitucional de Propiedad Intelectual. La finalidad de la Comisión es garantizar el desarrollo coherente y coordinado de la estrategia nacional de P.I. del país. “A través de esta estrategia nacional, se aúnan todos los actores y trabajan en estrecho contacto. Cada uno tenemos nuestras propias funciones claramente definidas, pero trabajamos juntos como una red en el marco de la estrategia nacional de propiedad intelectual”, explica la Sra. Ortiz.

APOYAR EL DESARROLLO ECONÓMICO

Al proporcionar una mayor seguridad jurídica en materia de P.I., lo que, a su vez, aumenta la confianza empresarial, el Tribunal desempeña un papel fundamental en la creación de un entorno comercial fértil y atractivo que fomenta y promueve la innovación y atrae las inversiones extranjeras directas. “Es importante que entendamos que la propiedad intelectual es un instrumento para el desarrollo”, observa la Sra. Ortiz. “La propiedad intelectual es un aspecto clave del desarrollo futuro del país. Costa Rica es un país abierto en el que el comercio internacional es muy importante. Disponer de un sistema de P.I. robusto y eficaz es un factor decisivo para atraer a los inversores extranjeros; también es fundamental para fomentar la innovación que, ahora que tenemos en marcha una estrategia nacional de P.I., constituye en este momento nuestro principal desafío”, dice la Sra. Ortiz. “El acceso libre y cómodo a un sistema de P.I. moderno, fácil de usar y de confianza es un ingrediente esencial en la promoción del uso generalizado del sistema de P.I. para el desarrollo futuro del país”.

La labor del Tribunal es fundamental de cara a mejorar las normas y las prácticas de funcionamiento de los registros nacionales de P.I., que están obligados por ley a respetar sus decisiones. “Trabajamos muy de cerca con los registros para cambiar las reglas a mejor”, explica la Sra. Ortiz. “A veces, con una aplicación adecuada pueden resolverse los problemas”, añade.

EL FUTURO

La propiedad intelectual promete convertirse cada vez más en un pilar central del desarrollo económico futuro de Costa Rica. Esto, a su vez, dará lugar a “un uso más general y complejo de la P.I. en el país”, sugiere la Sra. Ortiz. “En el futuro tendremos una mayor carga de trabajo y casos cada vez más complejos”, pronostica. Subrayando la importancia de garantizar que los conocimientos técnicos del Tribunal siguen el ritmo de la rápida evolución del panorama tecnológico y las mejores prácticas jurídicas, la Sra. Ortiz anticipa “enormes desafíos por delante, porque las decisiones que el Tribunal va a tener que tomar van a ser cada vez más complejas”. Sin embargo, confía en que el Tribunal podrá seguir apoyando los objetivos de desarrollo del país. “Vamos por el buen camino. El Tribunal está reforzando la seguridad de los derechos de P.I., y nuestra experiencia en los últimos 10 años indica que la comunidad de usuarios prefiere utilizar este Tribunal a acudir a los tribunales ordinarios”.

El Tribunal tiene previsto trasladarse a un nuevo edificio, actualmente en construcción, a principios de 2013. “Esto nos permitirá mejorar aún más los servicios que ofrecemos a nuestros usuarios”, señala la Sra. Ortiz, refiriéndose a los planes para introducir audiencias orales y diversos servicios en línea. ♦

LAS MARCAS

de refrescos de cola recurren cada vez más a la música

Por **Simon Dyson**, Editor de Music & Copyright

Coca-Cola y *Pepsi* llevan mucho tiempo librando la guerra de los refrescos de cola y, si bien el mundo del espectáculo ha formado parte de las campañas de comercialización de ambas marcas durante décadas, la música está convirtiéndose en un arma esencial. Desde conciertos en vivo hasta el descubrimiento a través de programas de televisión, redes sociales, medios digitales, cine y música, *Coca-Cola* y *Pepsi* patrocinan artistas por todo el planeta para atraer a los jóvenes de todo el mundo.

En América Latina, *Coca-Cola* dice que planea cambiar la forma en que se relaciona con la juventud, llevando el mundo del espectáculo al primer plano de su actividad de comercialización. Uno de los primeros acontecimientos que ha tenido lugar en el marco de esta nueva iniciativa fue un concierto gratuito al aire libre de Paul McCartney en la plaza central de Ciudad de México, el Zócalo, en mayo, ante una multitud estimada de 200.000 personas.

La empresa también atrajo más consumidores a través de su plataforma de Internet *Coca-Cola.TV*, que transmitió en directo las tres horas del espectáculo por flujo continuo. El concierto atrajo a medio millón de espectadores que pasaron un promedio de 42 minutos viendo la actuación de Paul McCartney. La campaña tenía como objetivo aprovechar el poder de la “televisión social” —que facilita las conversaciones en torno a los programas de televisión— para animar a los jóvenes a participar en la conversación a propósito del concierto a través de *Facebook* y *Twitter*.

Coca-Cola también combinó la música y la televisión con motivo de los Juegos Olímpicos de Londres mediante el patrocinio de una serie de televisión de 10 episodios, *Beat TV*, que se emitió por medio de diversas alianzas con organismos de radiodifusión. El programa contó con actuaciones musicales en directo, junto a entrevistas a famosos y atletas, dirigidas a los adolescentes de más de 30 países. La marca dice que su objetivo era captar el “ambiente” de Londres, es decir, transmitir los aspectos sociales de los juegos, más que los logros deportivos.

PEPSI SE ASOCIAL CON BILLBOARD

Para no ser menos en el aspecto social, *Pepsi* aunó fuerzas a principios de junio con la revista de música *Billboard* para anunciar una serie de conciertos, *Summer Beats*, que ofrecía a los aficionados con cuentas de *Twitter* actuaciones de diversos géneros. Los conciertos se iniciaron con un espectáculo el 26 de junio en Los Ángeles, seguido de un concierto en Nashville a finales de julio y un final de temporada en Nueva York a finales



Foto: iStockFoto / @IaroslavDanychenko

de agosto, con emocionantes nuevos artistas como Katy Perry, Gloriana y Ne-Yo en recintos que daban cabida a multitudes de hasta mil personas. Los aficionados pudieron ver los conciertos en directo a través de flujo continuo en la página de *Twitter* de *Pepsi*, donde la marca prometía a los participantes virtuales la posibilidad de influir en los elementos de las actuaciones en tiempo real.

Los conciertos forman parte de la campaña mundial “Live Now” de la marca, a la que se sumó *Twitter* en mayo al convertirse en socio mundial de la campaña musical de *Pepsi*. Además de embarcarse en los conciertos de *Summer Beats*, el *micro-blog* es ahora el destino elegido por la marca para ayudar a los seguidores a descubrir música, gracias a una nueva serie de videos y música producida con sus asociados, donde se presenta a través de *Twitter* un panorama semanal de los artistas, la música y noticias musicales.

Pepsi también ofrece descargas gratuitas de música en la tienda MP3 de *Amazon.com* a los que siguen a *@pepsi* en

Este artículo apareció por primera vez en el número 461 (27 de junio de 2012) de la revista Music and Copyright, publicada por Informa Telecoms & Media - www.musicandcopyright.com.





Coca-Cola ve un valor en las películas relacionadas con la música. El año pasado, utilizó su marca de bebidas energéticas Burn para hacer *Nothing but the Beat*, un largometraje documental que relata la vida y la carrera de David Guetta.

Twitter y que incluyen la etiqueta de almohadilla *#PepsiMusic-NOW* en sus *tweets*. Asimismo, como parte de la campaña “Live For Now”, Pepsi firmó en junio un acuerdo con *Viacom* para extender la campaña a través de varias de las cadenas de televisión del gigante de los medios estadounidense, como *Country Music Television* (CMT) y MTV. Los espectadores de CMT que *twitearon* imágenes con la etiqueta de almohadilla *#countrynow* tuvieron la oportunidad de asistir a los *CMT Music Awards* como “fotógrafos corresponsales de *Pepsi Now*”, mientras que quienes *twitearon* imágenes etiquetadas *#mtvnow* durante el verano pudieron aspirar a ser uno de los tres corresponsales que asistirían a los *MTV Video Music Awards* en septiembre.

COCA-COLA PREFIERE SPOTIFY

Mientras que Pepsi tiene un amigo digital en Twitter, Coca-Cola ha estado intimando con *Spotify*. La marca anunció una alianza estratégica con el servicio de música por flujo continuo en abril, con un enfoque, similar al de la alianza entre Pepsi y Twitter, en el descubrimiento de nueva música. *Spotify* proporciona en este momento la tecnología de base fundamental para la música de Coca-Cola en todo el mundo, mientras que la marca está integrando *Spotify* en su presencia y calendario en Facebook, creando lo que los dos asociados denominan “una experiencia perfecta de música social”.

Coca-Cola dice que trata de crear, con la ayuda de *Spotify*, una “red de música verdaderamente mundial”, y con una audiencia de 40 millones de seguidores en Facebook repartidos en multitud de mercados, dispone sin duda de un considerable número de seguidores para explotar.

Coca-Cola también ve un valor en las películas relacionadas con la música. El año pasado, utilizó su marca de bebidas energéticas *Burn* para hacer *Nothing but the Beat*, un largometraje documental que relata la vida y la carrera de David Guetta. La

película se ha estrenado en los cines y la televisión de más de 20 países y contiene entrevistas con intérpretes como Will.i.am, Snoop Dogg, Ludacris y Usher.

Katy Perry es la artista de elección de Pepsi cuando se trata de cine, y la marca está apoyando su película *Katy Perry: Part of Me 3D*, estrenada por *Paramount Pictures* el 5 de julio de este año. Se han producido en alianza anuncios publicitarios para radio y televisión, además de publicidad digital y expositores para tiendas, en todos los cuales aparece el lema de Pepsi *Live for Now*.

LA GUERRA MUNDIAL DE LAS MARCAS DE REFRESCOS DE COLA

La primera incursión de Pepsi en la creación de películas relacionadas con la música se remonta a 2007, cuando estrenó la película árabe *Bahr al Nujoom* (Mar de Estrellas), en la que aparecían artistas del Oriente Medio como Wael Kafouri, Carole Samaha, Ahmed Al Sharif y Ruwaida Al Mahroogi en un festival de música de ficción. Se calcula que Pepsi aportó unos 6 millones dólares EE.UU. para hacer la película.

Esa iniciativa también permite ver la distribución geográfica de las marcas de refrescos de cola, que utilizan la música para comunicarse con los consumidores de prácticamente todos los países del mundo. Así, por ejemplo, en 2009, Pepsi lanzó en China su propio sello discográfico, *QMusic*, con el fin de fichar artistas locales. Una vez enrolados, las canciones comerciales escritas por estos artistas se convirtieron en parte integral de las actividades de comercialización local, apareciendo en los anuncios y promocionando los productos.

QMusic también estaba estrechamente ligada al programa de talentos de *Shanghai TV* patrocinado por Pepsi *Battle of the Bands*, en el que actuaron 10 bandas en el transcurso de una serie en la que la ganadora obtendría un contrato de grabación con el sello.

En el mismo orden de ideas de nuevos talentos del Asia meridional, el año pasado Pepsi demostró su deseo de acercarse a los jóvenes mediante la instalación de la *Pepsi Dub Station*, un escenario dedicado específicamente al *dubstep* (un género de música electrónica de baile) y el *drum'n'bass*, en un festival de música de tres días de duración que tocaba diversos géneros, celebrado en Pune (India). El escenario formaba parte de una campaña lanzada en 2008 bajo el nombre de *Youngistaan*, un término acuñado por la marca para representar el mundo de la juventud de la India.

En ese mismo mercado, *Coca-Cola* estrenó en julio la segunda temporada de su programa de televisión *Coke Studio* en la *MTV India*. El programa mezcla una gran diversidad de géneros musicales, desde la música tradicional oriental a la música moderna occidental. La primera temporada atrajo a más de 40 millones de telespectadores y 2 millones de visitas en *YouTube*, mientras que la página de Facebook *CokeStudio@MTV* atrajo a cerca de 750.000 seguidores. *Coke Studio* tiene su origen en el Pakistán, al otro lado de la frontera, donde se encuentra en su quinta temporada. ♦

CULTURAMA:

un viaje a través del tiempo

CULTURAMA, un programa multimedia singular e interactivo que se exhibió en la Sede de la OMPI a principios de este verano, abre una ventana al espectacular patrimonio cultural y natural de Egipto. Ofrece un viaje de inmersión virtual a través del tiempo, con materiales que abarcan 5.000 años de civilización humana, desde los faraones del Antiguo Egipto hasta el Egipto contemporáneo. El Sr. Mohamed Farouk, quien conceptualizó y desarrolló CULTURAMA con sus colegas en el Centro Egipcio de Documentación del Patrimonio Cultural y Natural (CULTNAT) en El Cairo (Egipto), explica cómo se materializó el proyecto y sus objetivos principales.

¿QUÉ ES CULTURAMA?

CULTURAMA (abreviatura de panorama cultural) da vida a toda una colección de acontecimientos históricos fascinantes y atractivos que han ejercido una influencia profunda en la civilización humana. Es el primer sistema multimedia totalmente interactivo que ofrece impresionantes vistas panorámicas con información sobre el patrimonio cultural en una pantalla semicircular enorme, gracias a nueve proyectores de vídeo de alta resolución controlados por un único equipo. Con esta plataforma,

El Templo de Karnak es un enorme museo al aire libre y el monumento religioso de la antigüedad más grande del mundo. Aproximadamente 30 faraones contribuyeron a su construcción, lo que le ha permitido alcanzar unas dimensiones, complejidad y diversidad que no se ven en otros lugares.

El Nilómetro de El Cairo es un monumento histórico único. Se utilizaba para medir los niveles del río Nilo durante la estación de las inundaciones anuales, regular la distribución del agua y calcular la cuantía de los impuestos que había que pagar.



puede visualizarse sin suturas información —como cronologías históricas, monumentos arqueológicos y artefactos restaurados digitalmente— de un modo que no puede lograrse utilizando las pantallas habituales de computadora. Construido a partir de material informático corriente, CULTURAMA ofrece a las instituciones culturales una solución rentable, flexible y móvil para comunicar contenidos culturales con un costo de mantenimiento mínimo.

LA INSPIRACIÓN PARA EL PROYECTO

Totalmente comprometidos con objetivo principal de CULTURAMA de documentar el rico patrimonio del país, el Sr. Farouk recuerda que él y sus colegas querían “disponer de algo nuevo para difundir esta información, no sólo de los canales habituales como los clips de vídeo o los libros. Queríamos algo que pudiese captar la imaginación de un público mucho más amplio”. Determinar qué tecnologías serían las adecuadas para construir la plataforma resultó todo un reto, que obligó al equipo a plantearse algo nuevo. La solución tecnológica que idearon les valió una patente de la Oficina de Patentes de Egipto (patente N° 23.651) en 2007 y es objeto de una solicitud internacional de patente, WO2005086127, con arreglo al Tratado de Cooperación en materia de Patentes, administrado por la OMPI.

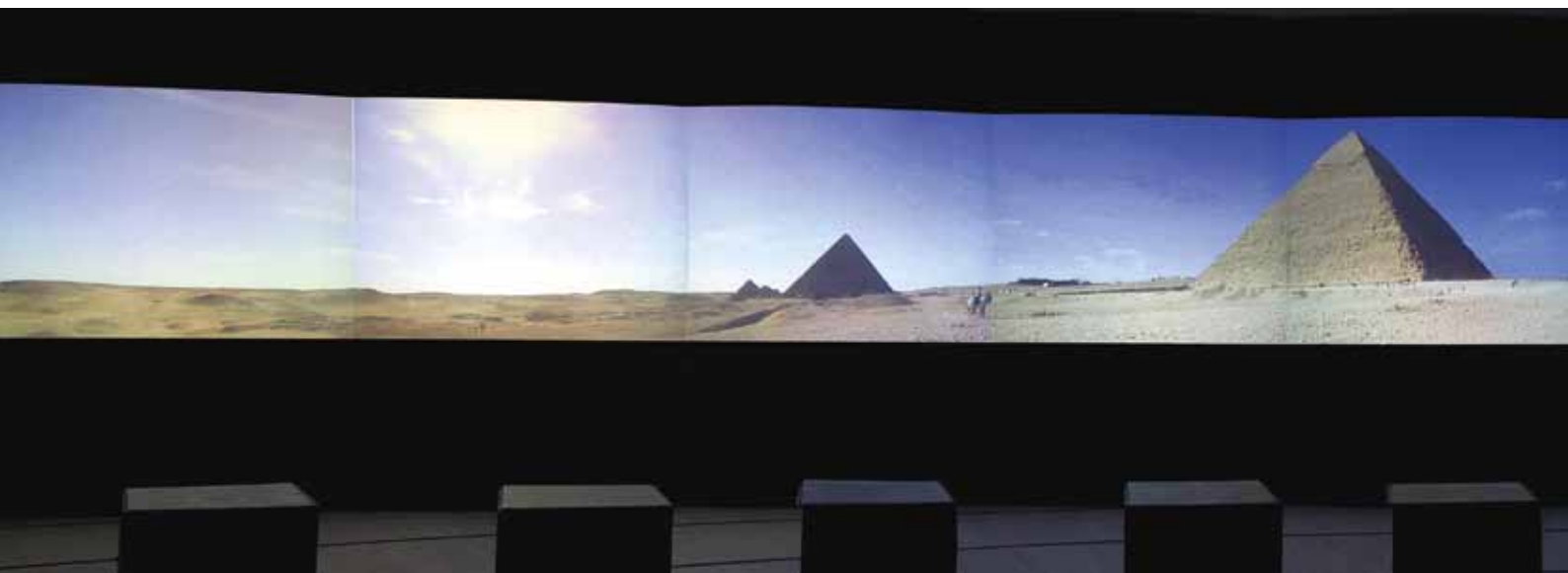
La idea en que se basa CULTURAMA tomó forma en 2001, cuando el Sr. Faruk y su equipo comenzaron a catalogar tumbas egipcias, muchas de las cuales están cerradas al público. “Pensamos, ¿por qué no crear una copia digital y un entorno que permita al público la entrada virtual a estas tumbas?”, explica. “Empezamos a buscar los componentes que nos permitirían convertir esta idea en realidad. Esto fue todo un reto en aquel momento, porque el panorama tecnológico era muy diferente del actual. Cuando finalmente desarrollamos y perfeccionamos la tecnología y nuestra propia metodología, pronto quedó claro que podríamos utilizarla para presentar al público información de carácter muy diferente”, explica.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Al crear CULTURAMA, el Sr. Faruk y su equipo tenían dos objetivos principales. En primer lugar, desarrollar una plataforma de bajo costo, fácil de usar, que permitiese transmitir información cultural e histórica de una manera clara, concisa y convincente. “Cuando se dispone de una metodología atractiva para transmitir información cultural, ésta se vuelve más significativa para el público al que quiere llegarse”, observa. El segundo objetivo del proyecto era difundir la idea de los sistemas de inmersión y los museos virtuales para asegurar el mayor acceso posible al patrimonio cultural del mundo. Esto es algo que apasiona al Sr. Farouk. “Mi sueño es que todo el mundo pueda acceder de este modo a todo el patrimonio de la humanidad. Con una herramienta que pone de relieve las similitudes entre las culturas, podemos crear una plataforma para el diálogo que nos permitirá entender mejor a los demás. El mundo actual está verdaderamente necesitado de ello”.

ABARCAR 5.000 AÑOS DE HISTORIA

CULTURAMA relata tres períodos diferentes de la historia de Egipto: el Antiguo Egipto, los aspectos más destacados de las civilizaciones copta e islámica, y el Egipto contemporáneo. El período del Antiguo Egipto muestra la línea temporal de los faraones que transcurre entre el 3000 a.C. y la aparición del calendario gregoriano. En esta sección se presenta una cronología de los reyes famosos y varias capas de información de referencia a la que se accede pulsando los iconos resaltados. Por ejemplo, si se pulsa Tutmosis III puede accederse a una estancia del Templo de Karnak (el templo más grande del mundo) conocida como el “jardín botánico”, cuyas paredes están labradas con una gran variedad de flora y fauna natural habitual en Egipto en la época de su reinado. Los espectadores también pueden obtener información complementaria sobre los diversos animales, aves y plantas que se representan, pulsando sobre ellos.





La línea temporal del Antiguo Egipto también contiene el papiro Rhind de problemas matemáticos, considerado uno de los papiros matemáticos más famosos de la época. El papiro Rhind mide cinco metros de largo y contiene 86 problemas matemáticos diferentes y sus soluciones. CULTURAMA permite ampliar y mostrar el documento en su totalidad, y los usuarios pueden examinarlo detenidamente y aproximar interactivamente el problema matemático elegido para obtener una traducción al Inglés del texto jeroglífico correspondiente.

CULTURAMA también ofrece pantallas panorámicas perfectas de importantes yacimientos arqueológicos, como el complejo del Templo de Karnak, el Nilómetro de El Cairo y las pirámides de Guiza. Estas pantallas son una característica fundamental de las secciones dedicadas a las civilizaciones copta e islámica y el Egipto contemporáneo. Así, por ejemplo, la sección sobre el Egipto contemporáneo incluye una vista panorámica de El Cairo desde el Nilo y otra del puerto de Alejandría visto desde el mar. Al pulsar en monumentos concretos, los usuarios pueden acceder a diferentes capas de información. Un punto culminante de la vista panorámica de El Cairo, por ejemplo, es que al pulsar sobre el puente Qasr al-Nil, los usuarios acceden a material de archivo de la vida cotidiana del puente filmado por los hermanos Lumière en 1895.

CULTURAMA lleva a los espectadores, jóvenes y mayores, a través de un viaje fascinante que muestra los extraordinarios logros y la influencia duradera de la antigua civilización egipcia hasta nuestros días. Es a la vez una herramienta educativa atractiva y una experiencia cultural apasionante que muchos expertos en diseño de museos y gestores perciben como un elemento esencial de cualquier museo importante.

CULTURAMA puede visitarse actualmente en siete centros permanentes en las principales ciudades de Egipto, y ha viajado por todo el mundo, habiendo sido presentado en ferias internacionales en más de 10 países. A finales de este año se presentará una nueva versión de la plataforma en tres dimensiones más interactiva. ♦



La sala conocida como “jardín botánico” del Templo de Karnak tiene las paredes labradas con una gran variedad de flora y fauna natural habitual en Egipto en la época del reinado de Tutmosis III.

Las Pirámides de Guiza son los monumentos más famosos del Antiguo Egipto. Se cree que estas estructuras de piedra maciza fueron construidas hace unos 4.500 años.

El plan de crecimiento del Reino Unido prevé la desgravación fiscal para la innovación y la propiedad intelectual

Por **Ian Williams**, Presidente de *Campbell Dallas LLP*, Escocia



Foto: Campbell Dallas LLP

Ian Williams cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector energético. Ha trabajado con empresas del sector de las energías renovables y asesorado a empresas de servicios petroleros en sus operaciones internacionales y en el Reino Unido. Es Presidente de *Dallas Campbell LLP*, una de las principales contadurías públicas independientes de Escocia con experiencia transcultural en la industria petrolera y una importante presencia en el sector de las energías renovables.

Al anunciar su presupuesto para 2012, el Gobierno del Reino Unido declaró que introduciría un nuevo tipo impositivo en el impuesto de sociedades para las empresas que obtuviesen beneficios de un producto que ellas mismas hubiesen desarrollado y patentado. Este régimen fiscal preferencial, conocido como *Patent Box* (caja de patentes), entrará en vigor el 1 de abril de 2013. ¿Cuáles son los beneficios de este nuevo régimen fiscal, y qué podría suponer para la economía del Reino Unido?

Tradicionalmente, el sistema tributario del Reino Unido no ha sido muy propenso a favorecer la investigación y el desarrollo (I+D), ya que ofrecía desgravaciones fiscales para los gastos de capital, en lugar de incentivar a las empresas para que desarrollasen nuevas tecnologías y procesos. Esto llevó a muchas empresas a registrar su propiedad intelectual (P.I.) fuera del Reino Unido con el fin de obtener gravámenes más favorables sobre sus ingresos. Así, por ejemplo, Irlanda ofrece una desgravación fiscal de hasta un 25% por los ingresos derivados de la I+D y por gastos de capital, y el tipo del impuesto de sociedades por los ingresos comerciales derivados de la I+D es del 12,5%.

En 2010, el Gobierno británico anunció un plan para invertir más de 200 millones de libras esterlinas con el fin de crear una red de centros tecnológicos y de innovación y poner freno a este éxodo. En el Reino Unido vive menos del uno% de la población mundial, pero su comunidad científica produce el 8% de los artículos científicos publicados en el mundo, su cuota de citación es del 12% (sólo superado por los Estados Unidos de América) y cuenta con más de 80 premios Nobel por sus logros científicos. La introducción de estos cambios fiscales supone una audaz iniciativa del Gobierno para motivar a las empresas del Reino Unido a utilizar el talento que existe en el país y proseguir la labor que ya venía realizándose.

El Reino Unido se encuentra en una posición privilegiada para mantener y utilizar su reputación como líder del mercado en I+D. Ya dispone de la infraestructura necesaria, y estos nuevos incentivos del Gobierno deberían ayudar a convencer a las empresas para quedarse en el Reino Unido. *Aberdeen*, por ejemplo, con su próspera industria del gas y del petróleo puede beneficiarse enormemente de la caja de patentes. Las empresas que tienen que salvar las múltiples dificultades que entraña la producción en las aguas profundas del Mar del Norte están constantemente desarrollando nuevas tecnologías.

El Reino Unido es el primer país industrializado del G-8 en cuanto a productividad investigadora, con 45 artículos de investigación publicados por cada mil millones de



Foto: iStockFoto / @ Yury Kirsanov

libras esterlinas de producto interno bruto (PIB), frente a 25 en los Estados Unidos de América y 15 en el Japón. Asimismo, cuatro de las diez universidades más importantes del mundo están radicadas en este país.

Los incentivos fiscales del gobierno permitirán una mayor colaboración y la creación de un número creciente de empresas mixtas entre empresas y universidades, e impulsarán la base de conocimientos del Reino Unido unos cuantos peldaños más allá en la escala de la innovación.

Además de un aumento tangible en la actividad de I+D, se abre la posibilidad de obtener financiación adicional. En un momento en que los bancos se resisten cada vez más a conceder créditos para cubrir las necesidades de financiación, hay una mayor necesidad de inversión a partir de fuentes de capital privado. La caja de patentes permite a los inversores saber que, además de beneficiarse de una deducción fiscal por su inversión inicial, habrá un flujo de caja para compensar ésta una vez que el producto o el proceso pueda comercializarse.

A partir de abril próximo, las empresas del Reino Unido podrán, en un año, obtener efectivamente una desgravación fiscal del 225%, o 2,25 libras esterlinas por cada libra invertida en patentes. Esta es una gran noticia para las empresas de ámbito mundial, ya que podrán combinar la internacionalización de sus actividades con sus estrategias de propiedad intelectual. Por consiguiente, los beneficios de este nuevo régimen tributario pueden extenderse mucho más allá del Reino Unido.

Actualmente, el tipo principal del impuesto de sociedades en el Reino Unido es del 24%. La caja de patentes permitirá a las empresas solicitar un tipo del 10% para todos los beneficios atribuibles a las patentes que cumplan los requisitos, ya se trate de pagos independientes, como regalías, o vayan incorporados en el precio de venta de los productos. Para las empresas que venden productos patentados o conceden licencias de sus patentes, el cálculo se realiza a partir de los beneficios totales derivados de la venta del producto o proceso patentado, o de la concesión de la licencia del producto o proceso.

La caja de patentes forma parte del plan de crecimiento del Gobierno. El objetivo del régimen es ofrecer un incentivo complementario para que las empresas conserven y comercialicen las patentes que poseen y desarrollen nuevos productos innovadores patentados. Está concebido para alentar a las empresas a ubicar en el país los puestos de trabajo de alto valor

relacionados con el desarrollo, la fabricación y la explotación de los productos patentados en el Reino Unido, y consolidar la posición del país como líder mundial en tecnologías patentadas. Promete seguir mejorando la competitividad del sistema tributario del Reino Unido para las empresas de alta tecnología que obtienen beneficios de las patentes.

El régimen puede aplicarse a cualquier patente, siempre y cuando tenga posibilidades de generar beneficios y la empresa tenga los derechos exclusivos de concesión de licencias. El nuevo incentivo de la caja de patentes está abierto a cualquier empresa del Reino Unido que innove y venda productos derivados de actividades llevadas a cabo en el Reino Unido, y que disponga de patentes inicialmente comercializadas a partir del 29 de noviembre de 2010. No obstante, las empresas tendrán que cumplir ciertas condiciones antes de poder beneficiarse de los nuevos incentivos.

La patente debe haber sido otorgada por la Oficina de Propiedad Intelectual del Reino Unido en virtud de la Ley de Patentes de 1977 o estar reconocida por la Oficina Europea de Patentes, y debe tener un potencial de generación de beneficios considerable. Por ejemplo, un componente que forme parte de otro producto, como el mango de una taladradora, no podrá adscribirse al régimen, ya que no va a aumentar los beneficios del producto, incluso si es el primero de ese tipo que se hace.

El régimen también establece que la invención patentada debe desarrollarse en el Reino Unido. En el caso de que una empresa radicada fuera del Reino Unido inicie el desarrollo de un producto patentado antes de llevarlo al Reino Unido para su finalización, la empresa deberá proceder a una inscripción en el Reino Unido. Además, con el fin de poder beneficiarse del tipo impositivo del 10% en el impuesto de sociedades, la empresa debe participar activamente en el desarrollo y la explotación del producto — ser simplemente titular de la patente no es suficiente.

Este nuevo régimen contribuirá a hacer del sistema tributario del Reino Unido uno de los más competitivos del mundo. Esta es una buena noticia para las empresas que ya desarrollan su actividad en el Reino Unido y una interesante oportunidad de negocio para las que inicien su actividad. ♦



ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA **PROPIEDAD**
INTELECTUAL

Para más información,
visite el sitio Web de la OMPI
en www.wipo.int

34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Teléfono:
+4122 338 91 11
Fax:
+4122 733 54 28

Adquiera publicaciones en nuestro sitio Web: www.wipo.int/ebookshop
Descargue nuestros productos de información gratuitos en www.wipo.int/publications

También pueden obtenerse todas las publicaciones de la OMPI dirigiendo un pedido a la Sección de Servicios de Divulgación, en la dirección antes mencionada, o por correo electrónico a la dirección Publications.mail@wipo.int o por fax al número +4122 740 18 12

OMPI – Revista es una publicación bimestral gratuita de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Ginebra (Suiza). Su propósito es contribuir a que el público tenga una mayor comprensión de la propiedad intelectual y de la labor que realiza la OMPI. No se trata, sin embargo, de un documento oficial de la Organización. Las opiniones expresadas en los artículos y en las cartas que nos envían los colaboradores externos no reflejan necesariamente las de la OMPI.

Por toda observación o pregunta, diríjase a la Redacción en la dirección WipoMagazine@wipo.int.

© 2012, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Todos los derechos reservados. Los artículos de la *Revista* pueden ser reproducidos con fines docentes. Sin embargo, no se podrá reproducir parte alguna con fines comerciales sin la previa autorización por escrito de la División de Comunicaciones de la OMPI.