

# LAS OFICINAS EN EL ECOSISTEMA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (P.I.) E INNOVACIÓN DEL FUTURO

TALLER REGIONAL LA OMPI 1 Y 2 DE  
DICIEMBRE DE 2021



"Ideas que hacen Historia"

# INTRODUCCIÓN

Los días 1º y 2º de diciembre de 2021, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en colaboración con los Directores (as) de 19 países de América Latina, realizaron el taller “Las oficinas en el ecosistema de la propiedad industrial (P.I.) e innovación del futuro” con el propósito de intercambiar opiniones y recoger de primera mano los temas que mayor interés están despertando en cada país a alrededor de la P.I.

Para llegar a esta reunión se ejecutó un cuidadoso plan de alistamiento consistente en **tres (3) etapas:**

## Revisión de documentos:

**Informes y reportes** de reuniones anteriores (Santa Marta 2016 y Buenos Aires 2018).

Plan estratégico de la **OMPI**

**Documentación General**

## Desarrollo cuestionario para Directores de Oficina:

Guía estructurada para ser diligenciada por los Directores de cada país, con el fin de **recoger opiniones y datos sobre sus planes, la visión y las acciones emprendidas** por las oficinas en los diferentes países.

**Entrevistas** por video conferencia para profundizar en los **aspectos más relevantes**, expresados en el cuestionario.

## Preparación metodológica y alistamiento de herramientas

virtuales para el desarrollo de las actividades de co-creación durante el workshop.

## DESARROLLO DEL TALLER

---

Este encuentro virtual se definió como un espacio de co-creación estratégico, cuyo propósito fue reunir las perspectivas de los 19 países de América Latina en torno a la P.I. y su impacto en el desarrollo económico y social de la región, así como determinar y convenir los temas principales a tratar durante la reunión de directores a realizarse en el primer semestre de 2022 en Lima – Perú.

De esta manera hacemos frente a las exigencias de la nueva realidad que vivimos con cambios acelerados de todo tipo, lo que implica una gran capacidad de adaptación y mayor velocidad de respuesta a los requerimientos que surgen en cada país.

Logrando que la P.I. haga parte de la agenda pública y se convierta en una ventaja competitiva para los empresarios, inventores e innovadores, reafirmamos nuestro compromiso con el progreso de los sectores industriales y productivos de la región. Este es un reto conjunto entre los países y la OMPI, que dará como resultado beneficios tangibles a todo el ecosistema de la P.I. e innovación en América Latina.

## TEMÁTICAS ABORDADAS DURANTE EL TALLER

---

### DÍA 1

#### A. Presentación Estudio de escucha digital a cargo de la firma METRICS

Con la intención de conocer qué tanto interés existe sobre P.I. en las redes sociales, diseñamos un estudio de caso que nos permite tener una lectura inicial sobre lo que está sucediendo en este aspecto con las personas en general, y la vez, nos permite definir áreas de oportunidad para continuar aclarando los términos con los cuales se asocia la P.I. en estos medios digitales en América Latina.

## ANEXO 1

### Presentación METRICS



#### ¿Qué se hizo?

Se elaboró un estudio en medios digitales en Latinoamérica para determinar los principales conceptos y ejes de la conversación de la opinión pública en torno a la Propiedad intelectual e industrial. Utilizando herramientas de extracción de datos, se determinó el volumen de conversación, tópicos, audiencias y líneas discursivas de la conversación relacionada con Propiedad intelectual y OMPI.

#### ¿Para qué se hizo?

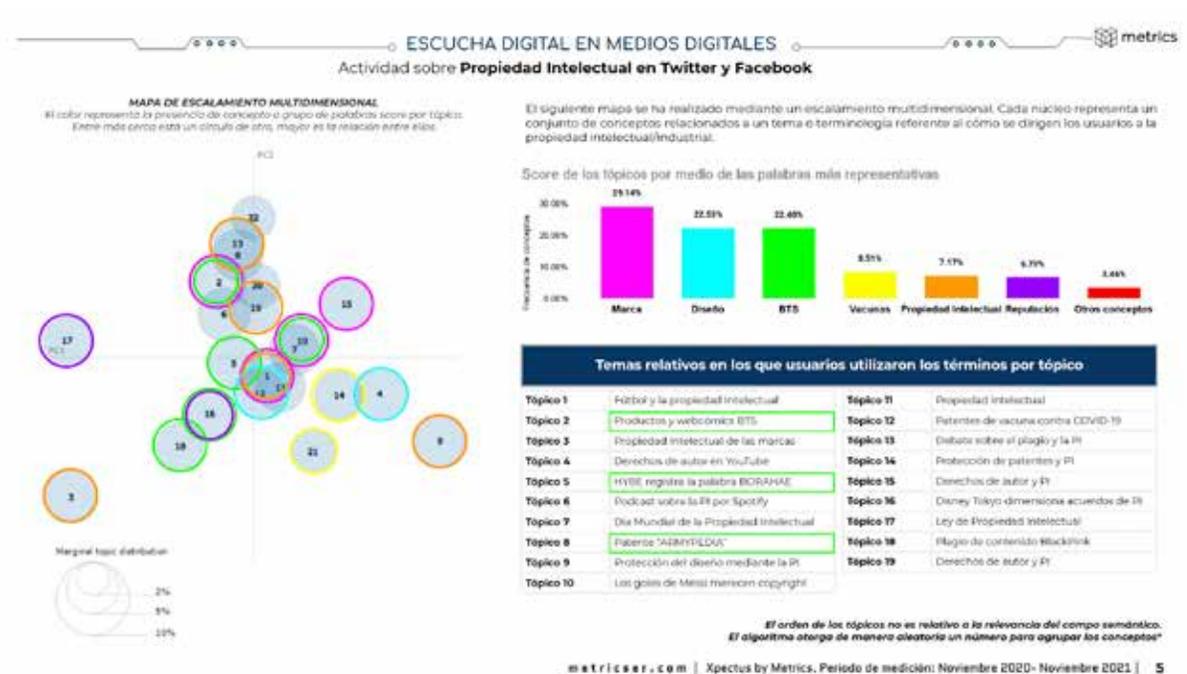
Este estudio persiguió como objetivo el otorgar información a la OMPI que le fuera de utilidad determinando cuáles son las principales líneas discursivas relacionadas a la propiedad intelectual, cuál es la percepción de los usuarios respecto a la propiedad intelectual, identificar los principales conceptos que los usuarios en medios digitales relacionan con el tema de la propiedad intelectual y entender cómo los usuarios se refieren a los intereses de la OMPI.

## ¿Cómo se hizo?

Aplicando la metodología de Metrics y de la mano con las necesidades de OMPI y Story INC, se dividió el estudio en tres fases principales: Kick off, seguimiento y entrega final. Durante el kick off se alinearon los objetivos y expectativas del estudio de manera que en las partes involucradas hubiera claridad sobre los entregables, alcance, periodo de medición, entre otros. Posteriormente se realizaron reuniones de seguimiento, mostrando los avances del estudio así como también se plantearon nuevas hipótesis y cuestionamientos durante dichas reuniones, los cuales permitieron llegar a un mejor entendimiento y profundidad del tema. Durante la fase final de entrega, se ajustó la presentación ejecutiva de acuerdo con las necesidades de OMPI, haciendo ajustes en títulos, formato, representación, orden, etc.

## Hallazgos principales

A través de la información obtenida en el estudio, se detectaron los principales vacíos de información en torno a la Propiedad Intelectual tales como el bajo reconocimiento que tienen temas como innovación, industrias creativas, género, inteligencia artificial, así como los países con mayor o menor participación en la conversación. A su vez, el estudio mostró áreas de oportunidad para el posicionamiento de intereses al mostrar cuáles son los temas de interés general que la opinión pública reconoce en materia de propiedad intelectual, tales como k-pop, fútbol, marcas, diseño, entre otros. Estos hallazgos fueron considerados de utilidad para OMPI de acuerdo con sus objetivos e intereses.



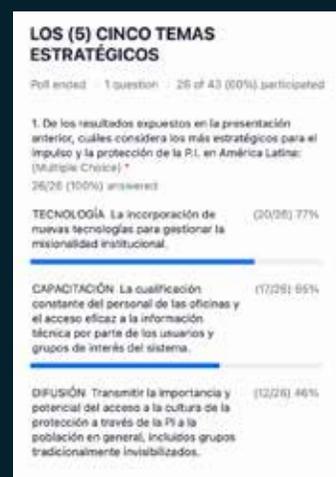
## B. Socialización respuestas cuestionario y entrevistas a directores de las oficinas de P.I. en América Latina, a cargo de la firma consultora StoryInc®

Con el objetivo de indagar sobre los temas estratégicos a tratar durante el próximo encuentro de Directores programado para el primer semestre del 2022, se elaboró un cuestionario con **18 preguntas**, en el cual se dio la posibilidad de elaborar respuestas amplias que permiten identificar cuáles son los focos de trabajo actual, compartir percepciones sobre la importancia de de la P.I. y el futuro de las oficinas en cada uno de sus países, así como de comentar acerca de su visión y sus estrategias en el corto y mediano plazo. Todas las respuestas fueron procesadas a través del software de correspondencia semántica Atlas T.I., con el cual se logran visualizar los temas más recurrentes y afines entre los **15 cuestionarios** que se diligenciaron.

Dicho cuestionario sirvió como base para la realización de las entrevistas a los directores de las oficinas, las cuales fueron un mecanismo complementario con el que se pudo profundizar sobre algunas de sus respuestas, y un medio para que los mismos Directores (as) recibieran las indicaciones para trabajar con las herramientas digitales elegidas para el taller.

## C. Votación anónima en plataforma virtual

Luego de conocer los resultados, se presentaron las temáticas más recurrentes y afines a todos los países, se creó una votación anónima en la plataforma virtual, a través de la cual los participantes eligieron los temas estratégicos sobre los que se sugiere trabajar durante la sesión de Directores del 2022.



## DÍA 2

### Espacio de co-creacion entre países de América Latina

**Partiendo de los hallazgos obtenidos** mediante la elaboración del cuestionario, las entrevistas, y **la votación anónima** en la plataforma digital, se diseñó un esquema gráfico que sirvió como guía para que los países definieran una meta común y debatieran **sobre los factores clave que pueden incidir sobre los temas elegidos, las oportunidades que pueden surgir al desarrollar dichos temas, así como los apoyos requeridos para conseguir ejecutarlos.**

Para la elaboración de esta actividad, se dividieron de manera aleatoria los grupos, quedando conformados así:



**Grupo 1:** Argentina, Ecuador, Bolivia.



**Grupo 2:** Brasil, Costa Rica, Uruguay



**Grupo 3:** Chile, Paraguay, Honduras.



**Grupo 4:** El salvador, Guatemala, México.



**Grupo 5:** Perú, Venezuela, Panamá.



**Grupo 6:** Cuba, República Dominicana, Colombia.

# DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

## (EQUIPO CONSULTOR)

### Nuestra misión:

**La OMPI impulsa el desarrollo de un ecosistema mundial de propiedad intelectual equilibrado y eficaz que promueve la innovación y la creatividad en aras de un futuro mejor y más sostenible.**

**“Para hacer frente a las promesas y los desafíos del futuro, ya no es factible que la P.I. se aborde solo desde una perspectiva técnica y jurídica, ni como una cuestión que concierne únicamente a los profesionales y especialistas en P.I. de cara al futuro, la P.I. debe considerarse de forma general como una herramienta eficaz para hacer frente a los desafíos mundiales que encaramos colectivamente, para el crecimiento y desarrollo, y como una cuestión de interés cotidiano para todas las personas, en todas partes”**

A medida que las economías pasan a ser más innovadoras y creativas, la P.I. adquiere mayor protagonismo y merece una mayor atención por parte de los encargados de la formulación de políticas, los líderes empresariales y otras partes interesadas. La P.I. permite crear valor a partir de diferentes intangibles: la ventaja tecnológica, la reputación y la imagen de la marca, el atractivo del diseño y el talento creativo. Estas son las bases a partir de las que compiten cada vez más empresas y las personas se ganan la vida. En el S&P 500, una de las principales referencias del funcionamiento de los mercados, los activos intangibles representan el 90% del valor de las empresas. Esta tendencia es mundial. En 2020, el valor total de activos intangibles alcanzó un máximo histórico de 65,7 billones de dólares de los Estados Unidos, cifra superior al valor de los activos tangibles y que representa el 54% de todos los valores cotizados mundiales. (EXTRACTOS NUMERALES 9 Y 10 PLAN ESTRATÉGICO A MEDIANO PLAZO (PEMP) PARA 2022-2026)

El plan estratégico de la OMPI pretende explicar en todo el mundo el potencial que tiene la propiedad intelectual de mejorar la vida de la humanidad en su conjunto, y en todas partes; promover la colaboración entre las personas así

como las partes interesadas para dar forma al futuro del ecosistema mundial de la propiedad intelectual; proporcionar servicios, conocimientos y datos de P.I. de alta calidad que aporten valor a quienes utilizan el sistema en todo el mundo; y apoyar a los gobiernos, a las empresas, a las comunidades y a cada persona para que utilicen la P.I. como herramienta de crecimiento y desarrollo sostenible.

Dentro de ese marco estratégico, América Latina se encuentra en un interesante proceso de rápida adopción de esas mejores prácticas, donde la innovación y la creatividad se sustentan en la P.I., para beneficio de todas las personas, lo cual implica a las oficinas de P.I. un repensarse permanentemente en función del contexto económico y social en el que operan.

En el último año países como Brasil, México, Argentina, y Chile, sobrepasaron todos los pronósticos en materia de solicitudes de patentes, diseños industriales y registros de marca, llegando a tener incrementos entre el 50 y el 120%, lo que permite evidenciar el creciente interés que esta despertando la P.I. en la región. *(Datos suministrados en las entrevistas realizadas con los directores por StoryInc®)*

En virtud del compromiso de la OMPI con la región, se decidió realizar un proceso de planeación que permita establecer junto con los 19 países miembros, cuáles son los temas estratégicos relacionados con la P.I. que deben atenderse en la reunión de directores a realizarse en el primer semestre del 2022 en Lima – Perú.





Para conseguirlo se elaboró un cuestionario cuyo objetivo fue recoger las opiniones, comentarios, inquietudes e iniciativas de los directores de cada país, para establecer puntos comunes de los cuales se puedan extraer las temáticas estratégicas sobre las que se requiere trabajar en la reunión de directores. Así mismo se realizaron entrevistas a través de video conferencia con 11 de los 19 directores, con el fin de profundizar sobre sus respuestas a los 15 cuestionarios diligenciados, y así tener la posibilidad de cotejar lo escrito con la explicación ampliada, a fin de tener una correcta interpretación de lo expresado por cada director(a).



Con esta información como marco de referencia, logramos revisar en equipo los resultados generales, para luego elegir en forma conjunta, aquellos que se consideran más relevantes y estratégicos para la mayoría de países.

### Acercar la P.I. a los jóvenes

Cultura

Seguimiento y trazabilidad

Soluciones a la medida

Tecnología

### Capacitación

Políticas Públicas

Difusión

Cooperación

A modo de resumen, a continuación se mencionan algunos de los temas expuestos en la reunión a manera de hallazgos y oportunidades, extractadas del cuestionario y de las conversaciones con los directores(as). El detalle de este ejercicio podrá verlo en el **anexo (2)** de este informe, así como las opiniones de la firma consultora frente a las respuestas dadas.

Adopción de nuevas tecnologías (Digitalización de las oficinas, BIG DATA, Inteligencia artificial, simplificación de procesos y tramitología).

Acercamiento de la P.I. al público en general. (Mayor uso de redes sociales en los países de la región para dar mejor información a cerca de la P.I., desarrollo de estrategias de comunicación masiva y desarrollo de contenidos para generar impacto mediático en públicos jóvenes, en innovadores y emprendedores).

Ver la P.I. como un valor económico (La P.I. es una ventaja comparativa y competitiva, es un derecho, te pertenece).

Mitigar la desconfianza en el sistema-normatividad de la P.I.

Capacitación permanente (El personal de las oficinas debe estar al día en todo lo relacionado con P.I., tener acceso on-line a las mejores prácticas del mundo, para ser unos funcionarios idóneos ante los innovadores, y emprendedores).

Articulación conjunta de los actores que inciden en el ecosistema de la P.I. en cada país.

Formación y apoyo a los empresarios e innovadores.

Fomentar la creación de incentivos para el impulso de la P.I.

Incorporar normas de P.I. en licitaciones públicas, para garantizar que se respeten los derechos de quienes inventan algún mecanismo, proceso o producto y evitar plagios sin que haya sanción o remuneración alguna.

Trascender el servicio de REGISTRO.

Diseñar o ajustar los servicios de la OMPI para que sean más tailored made.

Establecer líneas de financiamiento de la OMPI para impulsar proyectos específicos de las oficinas (eje: agruparse entre los países con necesidades similares para formular proyectos de infraestructura tecnológica)

Fomentar una vocación comercial en las oficinas de P.I. (Trabajar de manera proactiva para interceptar a los innovadores y emprendedores, no esperar a que lleguen hasta nosotros)

Continuar impulsando proyectos de P.I. que destaquen la importancia de la denominación de origen (Materias primas, etnias, regiones)

Fomentar y fortalecer los mecanismos de cooperación entre las oficinas de la región y con la misma OMPI.

Trabajar en la consolidación de proyectos e iniciativas de políticas públicas.

Fortalecer la divulgación y comunicación institucional para darle importancia a la P.I. en los países de la región (Talleres, encuentros, simposios, campañas de comunicación masiva, mercadeo experiencial para colegios, institutos y universidades)

Luego de revisar -una a una- las respuestas a las preguntas planteadas en el cuestionario, los participantes votaron en forma anónima, a través de una plataforma virtual, arrojando como resultado los siguientes temas, como los más estratégicos para abordar durante el encuentro de directores del 2022:

### **TECNOLOGÍA**

La incorporación de nuevas tecnologías para gestionar la misión institucional.

### **CAPACITACIÓN**

La cualificación constante del personal de las oficinas y el acceso eficaz a la información técnica por parte de los usuarios y grupos de interés del sistema.

### **DIFUSIÓN**

Transmitir la importancia y potencial del acceso a la cultura de la protección a través de la P.I. a la población en general, incluidos grupos tradicionalmente invisibilizados

### **POLÍTICAS PÚBLICAS**

Participar en espacios de decisión gubernamental y resaltar el valor de la PI como factor de desarrollo nacional.

### **COLABORACIÓN/ COOPERACIÓN**

Facilitar el intercambio de conocimiento, experiencias y buenas prácticas, así como aprovechar herramientas colectivas para fortalecer la gestión del ecosistema P.I. regional.

La segunda sesión del encuentro se llevó a cabo el día 2 de diciembre de 2021. Tomando como base de conversación las temáticas elegidas por la mayoría de los países, se diseñó un esquema gráfico que sirvió como guía para que los participantes definieran una meta común, debatieran sobre los Factores Clave que pueden incidir sobre los temas elegidos, las oportunidades que pueden surgir al desarrollar dichos temas, y los apoyos requeridos para conseguir ejecutarlos.

# MURALES DE CO-CREACIÓN

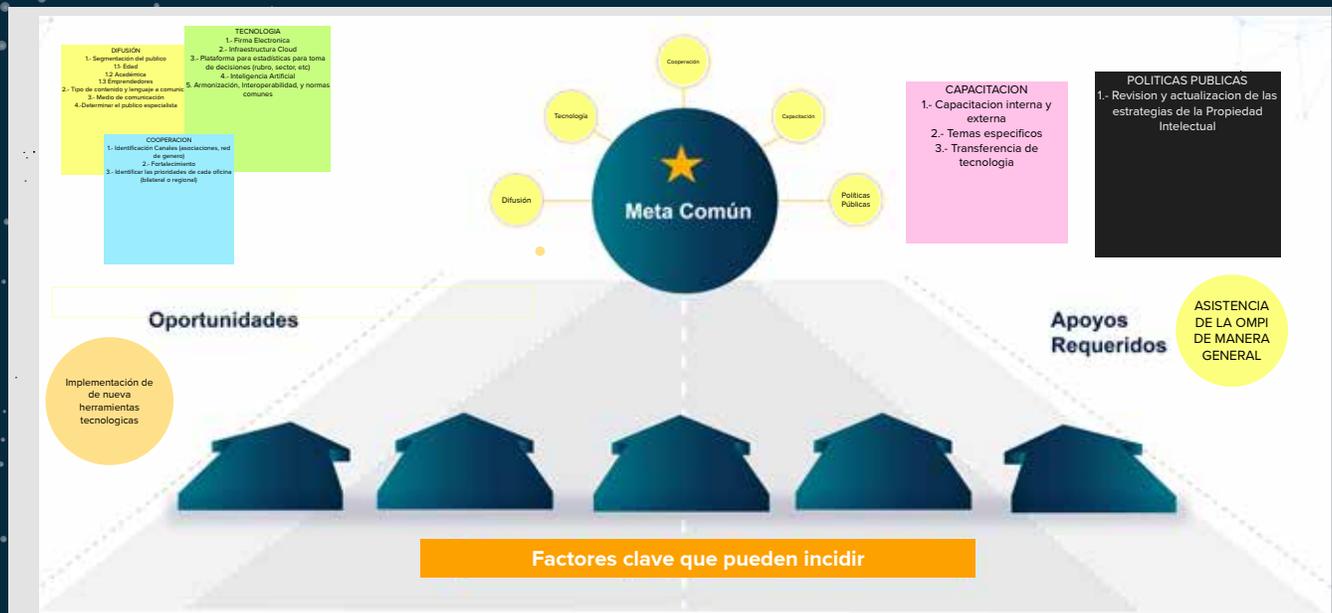
## GRUPO 1 - ARGENTINA / ECUADOR / BOLIVIA



## GRUPO 2- BRASIL / COSTA RICA / URUGUAY



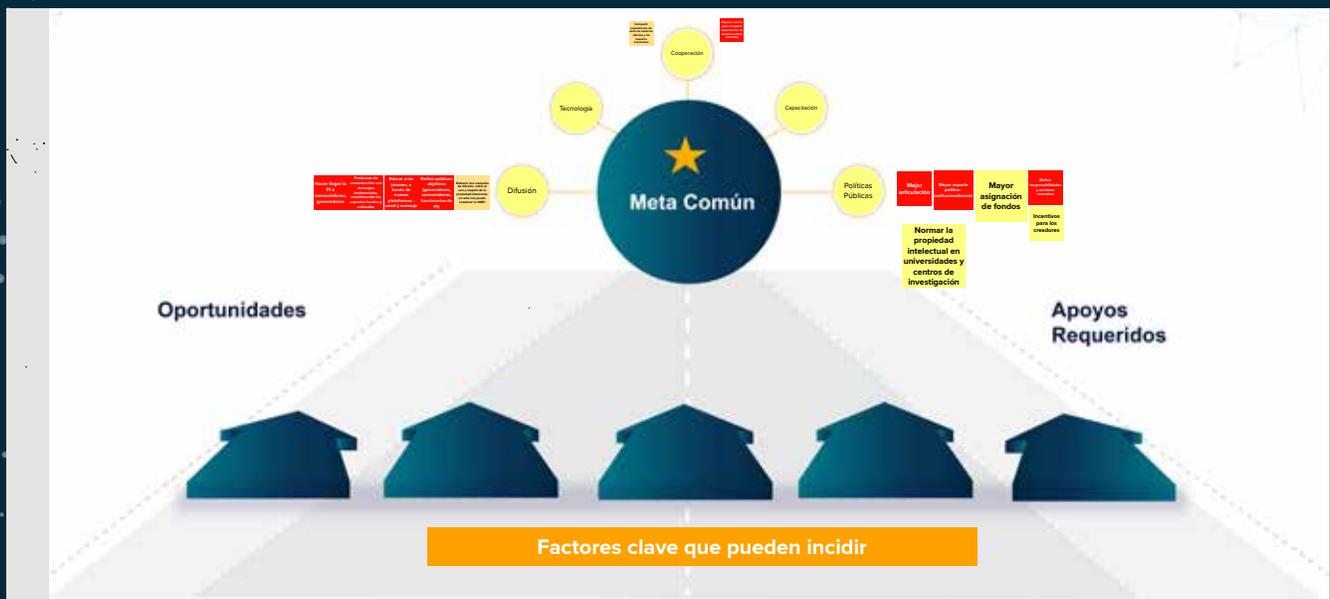
## GRUPO 3 - CHILE / PARAGUAY / HONDURAS



## GRUPO 2- EL SALVADOR / GUATEMALA / MÉXICO



## GRUPO 5 - PERÚ / VENEZUELA / PANAMÁ

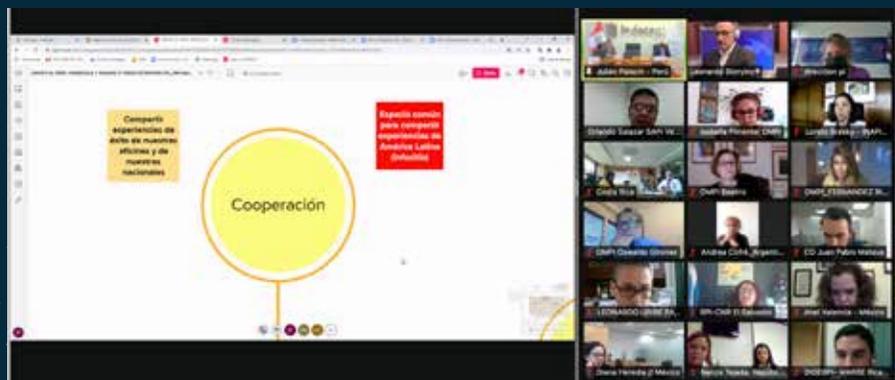
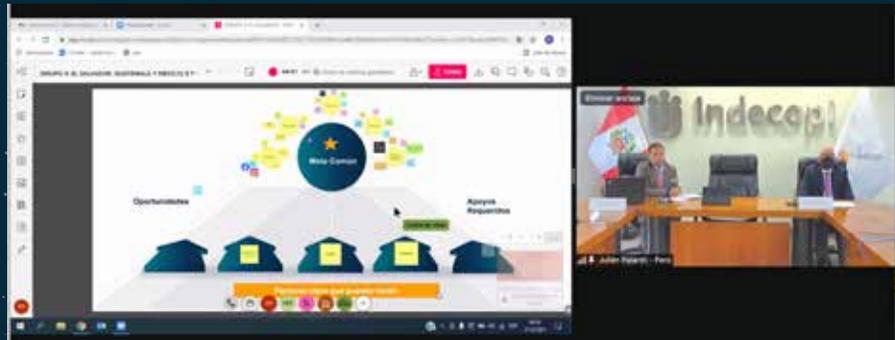


## GRUPO 2- CUBA / REPÚBLICA DOMINICANA / COLOMBIA



Los mapas gráficos elaborados en el espacio de co-creación virtual de cada grupo, permitieron reafirmar la voluntad de los países en determinar los factores clave que pueden incidir para gestionar las temáticas clave, siendo algunos de los mencionados:

# MURALES DE CO-CREACIÓN



| TEMÁTICAS                                                                                             | CATEGORÍA | TECNOLOGÍA | DIFUSIÓN | CAPACITACIÓN | COOPERACIÓN | POLÍTICAS PÚBLICAS Y COLABORACIÓN |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|----------|--------------|-------------|-----------------------------------|
| Adopción y/o inversión en herramientas tecnológicas que permitan instrumentalizar políticas públicas. |           | ●          |          |              |             |                                   |
| Educación colectiva a la sociedad sobre la P.I.                                                       |           |            | ●        |              |             |                                   |
| Elaborar comunicaciones con lenguaje sencillo, comprensible para el público en general.               |           |            | ●        |              |             |                                   |
| Formación especializada para crear capacidades técnicas en las oficinas de P.I.                       |           |            |          | ●            |             | ●                                 |
| Herramientas globales para consulta de buenas prácticas                                               |           |            |          |              |             | ●                                 |
| Mejor aprovechamiento de los programas que ya están disponibles en la OMPI.                           |           |            |          |              |             | ●                                 |
| Desarrollar actividades en RED con diferentes países.                                                 |           |            |          |              |             | ●                                 |

| TEMÁTICAS                                                                   | CATEGORÍA | TECNOLOGÍA | DIFUSIÓN | CAPACITACIÓN | COOPERACIÓN | POLÍTICAS PÚBLICAS Y COLABORACIÓN |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|----------|--------------|-------------|-----------------------------------|
| Creación de indicadores para medir la gestión de la P.I. en la región.      |           |            |          |              |             | ●                                 |
| Desarrollo de estímulos para nuevos públicos.                               |           |            | ●        |              |             | ●                                 |
| Explotación y disfrute de los beneficios que proporciona la P.I.            |           |            | ●        | ●            | ●           | ●                                 |
| Comercialización de la P.I.                                                 |           |            | ●        |              |             | ●                                 |
| Desarrollo de accionables concretos.                                        |           |            | ●        | ●            | ●           | ●                                 |
| Integración de los temas de P.I. en los planes de desarrollo de los países. |           |            | ●        | ●            | ●           | ●                                 |
| Agregar perspectiva de género en la P.I.                                    |           |            | ●        | ●            | ●           | ●                                 |
| Transferencia tecnológica                                                   | ●         |            |          |              |             |                                   |
| Definición de públicos meta.                                                |           |            | ●        | ●            |             |                                   |
| Campaña de difusión sobre uso y respeto por la P.I.                         |           |            | ●        | ●            |             |                                   |
| Inversión en investigación y desarrollo.                                    |           |            |          |              | ●           | ●                                 |
| Medición de P.I. en el PIB.                                                 |           | ●          |          |              | ●           | ●                                 |

Si bien los temas elegidos y los factores detectados pueden ser percibidos como temas que en el pasado se han mencionado, quedó claro que la manera (forma) de ejecutar cualquiera de las acciones recomendadas debe tener en cuenta el contexto actual, en el cual la utilización de estrategias, medios y experiencias para acercar la P.I. al público en general deben ser parte del plan estratégico de las oficinas de P.I. al público en cada país, así como la destinación de recursos para acceder a entrenamientos y actualizaciones frecuentes, así como para tener acceso a fuentes de información vigentes y actualizados con las dinámicas globales de industria y comercio.

A todo esto se suma un efecto de resiliencia y adaptación manifiesto en las entrevistas que puede clasificarse como generalizado, dadas las circunstancias por las que tuvimos que atravesar durante los años del COVID-19, un fenómeno para el que nadie estaba preparado. En este aspecto, son frecuentes las alusiones de gratitud y admiración de los directores(as) hacia sus equipos por haberse mantenido firmes, prestando los servicios de P.I. registros, y patentes, superando las contingencias y demostrando que se puede continuar operando aún en la adversidad.

Estos comentarios finales precisamente son los que ilustran las posibilidades de las oficinas de la P.I. en América Latina ya que inspiran una ruta hacia la transformación, basada en la ADAPTACIÓN; sin duda la característica que le permitirá a las oficinas de la P.I. trabajar en el futuro desde el presente.

Esta característica se ha hecho manifiesta en cada una de las iniciativas y acciones que las oficinas han implementado durante estos años y, de cara a lo que estamos viviendo, será una de las características más apreciables de

The image shows a Zoom meeting in progress. The main screen displays a presentation slide titled "Meta Común" (Common Goal) with a central star icon. The slide is surrounded by various text boxes and icons, including "Oportunidades" (Opportunities) and "Apoyos Requeridos" (Required Supports). The meeting interface shows a list of participants on the right side, including Leonardo Storylic, Uruguay - Nestor Men..., Gabriela Pinerael OMI, Costa Rica, and Bruno Rohde. The top of the screen shows the Zoom status bar with "Sendo original desactivado" and "Unidad está viendo la pantalla de pantalla Presente...".

cualquier empresa u organización. Por esta razón sugerimos que el encuentro del próximo año siga como marco conceptual la obra de Ronald Heifetz y Riley Sinder, Autores del Best Seller : Liderazgo Adaptativo / Harvard 1994.

Mediante este modelo de pensamiento podemos trabajar con los directores de las oficinas, y darles las herramientas necesarias para que consigan transformar en acciones las iniciativas que surjan del encuentro del 2022.

## NOTA AL CIERRE

***Juan Carlos Eichholz – Escritor de negocios y consultor encargado de introducir este concepto en América Latina, describe así el proceso adaptativo de manera sucinta: «en lugar de concentrarse en llegar a ser muy buenas haciendo algo en particular, las compañías y las organizaciones deberían concentrarse en llegar ser muy buenas aprendiendo a hacer cosas nuevas».***

- *El liderazgo adaptativo trata específicamente del cambio que otorga la capacidad de prosperar. Los entornos y los sueños nuevos requieren estrategias y capacidades nuevas, además del liderazgo necesario para movilizarlas. Al igual que en la evolución, estas nuevas combinaciones y variaciones ayudan a las organizaciones a prosperar en circunstancias desafiantes, en lugar de perecer, de retroceder o de contraerse. Por lo tanto, el liderazgo ha de enfrentarse necesariamente a las cuestiones de valor, del propósito y del proceso. ¿Qué significa prosperar para las organizaciones que operan en un contexto concreto cualquiera?*

*En biología, prosperar significa propagarse. Sin embargo, en la empresa, los signos de prosperidad incluyen el crecimiento a corto y a largo plazo del valor para los accionistas; una atención al cliente excepcional; un estado de ánimo positivo entre los empleados; y un impacto medio-ambiental y social positivo. Por lo tanto, el éxito adaptativo en el sentido organizativo requiere un liderazgo que pueda orquestar las múltiples prioridades de las distintas partes interesadas, definir la prosperidad y, entonces, actuar.*

# CONCLUSIONES

Impulsar de manera decidida la transformación de las oficinas hacia la digitalización de sus procesos y la simplificación de sus trámites, se plantea como un imperativo institucional para estar a tono con los requerimientos de los usuarios de la P.I. de hoy.

La divulgación y difusión de mensajes clave para darle la importancia requerida a la P.I. ante el público en general se ve como una necesidad en la que los países de la región podrían unir esfuerzos para tener campañas masivas que destaquen el valor que tiene la P.I. en el contexto global, regional y local.

La importancia de la colaboración y la cooperación entre los países de la región, fue uno de los temas en los que se hizo énfasis, presentándolo siempre como un elemento de gran importancia para continuar elevando el nivel competitivo de los países de la región.

Los encuentros con participación abierta y con la posibilidad de trabajar entre países contribuyen al cumplimiento del propósito de la OMPI.

La incidencia de las oficinas de la P.I. en el desarrollo de políticas públicas, sin duda es uno de los pilares de los que depende el desarrollo del ecosistema de emprendimiento e innovación en nuestra región.

Hacer énfasis en que la P.I. debe ser percibida por el estado como un valor económico, se requiere posicionarla como una ventaja comparativa y competitiva.

Presentar la P.I. como un derecho de los innovadores y emprendedores que deben defender.

Desarrollar iniciativas para darle importancia y mayor relevancia a grupos que requieren mayor representatividad en el contexto competitivo como las minorías étnicas y, pueblos indígenas con culturas y productos provenientes de creencias ancestrales que pueden considerarse como denominación de origen.

# CONCLUSIONES

Destinar más recursos para establecer programas de divulgación que permitan crear capacidades en el uso general de la P.I.

Los directores de las oficinas de la P.I. tienen un rol decisivo en elevar el nivel de importancia de la materia en la agenda pública.

**Acreditar las acciones de la OMPI en la región como un organismo estratégico de cooperación internacional que impulsa el desarrollo de un ecosistema mundial de la P.I. equilibrado y eficaz, que promueve la innovación y la creatividad en aras de un futuro mejor y más sostenible.**

# ANEXOS

- 1. CASO METRICS**
- 2. CUESTIONARIO Y ENTREVISTAS**
- 3. MURALES - DÍA 2**

**LAS OFICINAS EN EL  
ECOSISTEMA DE LA  
PROPIEDAD INDUSTRIAL (P.I.)  
E INNOVACIÓN DEL FUTURO**

---

WORKSHOP REGIONAL LA OMPI 1º Y 2º



"Ideas que hacen Historia"