

OMPI/PI/MAN/02/3**ORIGINAL:** Español**FECHA:** 11 de septiembre de 2001

GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DE NICARAGUA



ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

TALLER ITINERANTE DE LA OMPI SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME)

organizado por
la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
en cooperación con
el Registro de la Propiedad Intelectual (RPI)
el Instituto Nicaragüense de la Pequeña y Mediana Empresa de
la República de Nicaragua
y
el Consejo Nicaragüense de Ciencia y Tecnología (CONICYT)

Managua, 23 y 24 de septiembre de 2002

**LA PROTECCIÓN DE ACTIVOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL COMO
RESULTADOS DE LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN E IMPORTANCIA DE
LA RELACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA**

Documento preparado por el Sr. Luis Alonso García Muñoz-Nájar, Presidente de la Sala de Propiedad Intelectual, Tribunal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), Lima

I. LA TECNOLOGÍA BASE DE LA COMPETITIVIDAD

1. Son cada día más frecuentes los estudios técnicos que nos informan acerca del gran peligro que tiene América Latina, de perder el tren del desarrollo tecnológico y por lo tanto seguir aumentando la brecha de la pobreza, del desarrollo y la modernidad.
2. La competitividad de la Región adolece de tecnología e innovación y la realidad es que *“ningún país latinoamericano aparece en la lista de las economías con mayor peso en el comercio mundial, tampoco entre los líderes tecnológicos. La capacidad de innovación y de adaptación y desarrollo de nuevas tecnologías es, sin embargo, decisiva para la competitividad de las economías y con ello para su posibilidad de crecimiento a mediano y largo plazo.”*¹
3. La creatividad se entiende como la capacidad de ver nuevas posibilidades y hacer algo al respecto. Cuando una persona va más allá del análisis de un problema e intenta poner en práctica una solución se produce un cambio.² Ver un problema, tener una idea, hacer algo sobre ella, y tener resultados positivos.
4. Sin embargo, también es importante entender que no todo depende de la riqueza económica de un país, sino más bien de la capacidad de generar y promover la creatividad y la innovación, capacidad para desarrollar y asimilar nuevas tecnologías.
5. En este sentido, la capacidad de un país de producir, proteger y aplicar conocimientos se puede medir por el número de patentes globales que genera (según *América Economía*, en 1998 la Oficina de Patentes de Estados Unidos de América otorgó 46 patentes a los argentinos, 77 a los mexicanos, 88 a los brasileños y 3,362 a los coreanos. Ese mismo año, IBM registro más patentes que 139 países sumados).
6. Queda claro que a mayor nivel tecnológico, mayor competitividad en la economía global, lo cual determina necesariamente mayores niveles de crecimiento y progreso, permitiéndose inversiones en capital humano y en transferencia de tecnología.
7. Bajo esta óptica habría que ver la realidad de países de economías emergentes, como el Perú, para concluir acerca de la importancia del comercio frente desarrollo tecnológico; la importación y adecuación de tecnologías frente a la investigación y desarrollo (I&D). Las marcas prevalecen frente a las patentes de invención, en donde además, la inventiva nacional no tiene del todo cabida dentro del sistema de propiedad industrial.

¹ Sangmeister, Hartmut y Fuentes, Raquel: *Un papel secundario*, D+C Setiembre/Octubre de 2002.

² Paredes Aguirre, Alfonso: *Creatividad: estrategias de desarrollo*, www.com/alfonsoparedes/creatividad1.htm.

Patentes concedidas en el Perú

Procedencia	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Nacionales	10	15	9	7	7	6	5	9	14
Extranjeros	104	221	287	173	132	266	299	523	
Total	114	236	276	181	180	138	271	308	537

Marcas concedidas en el Perú

Procedencia	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Total
Nacionales			7952	8098	8242	6899	6277	6082	6167	3992	53709
Extranjeros			6054	6635	6874	6365	6193	6642	7091	3694	49548
Total	6760	10456	14006	14733	15116	13264	12470	12470	13258	7686	120473

II. LA PROPIEDAD INTELECTUAL HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO

8. La Propiedad Intelectual, como sistema de protección para los bienes inmateriales, de carácter intelectual y de contenido creativo, así como de sus actividades afines o conexas, es un elemento fundamental para la función promotora del progreso del mundo, de los países, y de los pueblos; y además protector de las creaciones intelectuales del hombre.

9. Este sistema integrado, propiedad industrial y derechos de autor, se constituye en una herramienta necesaria para fomentar la actividad creativa, la industrialización, las invenciones y las actividades comerciales; contribuyendo así al bienestar general de la sociedad en su conjunto y sobre todo al desarrollo humano en todas sus manifestaciones.

10. Es una realidad que hasta hace unos años no se asignaba mayor importancia a la Propiedad Intelectual en países de economías emergentes, sin embargo, hoy podemos decir que la globalización y determinadas exigencias para el desarrollo competitivo de los Estados, ha hecho cambiar esta situación hacia una nueva conciencia; una nueva cultura se ha desatado en la Región, que con obstáculos y a veces a “duras penas”, se constituye en un argumento más para promover y solidificar la creatividad y la inversión.

11. Bajo estas consideraciones, *“todo esfuerzo encaminado a lograr la efectiva protección de la propiedad intelectual no sólo implica beneficios para los países desarrollados que realizan grandes inversiones en investigación, sino también grandes ventajas para aquellos países que apuestan por tal protección, no sólo en la medida en que políticas de esta naturaleza favorecen la inversión extranjera, sino también en la medida en que los individuos encuentran verdaderos incentivos para investigar y crear, teniendo la certeza de que los derechos derivados de su actividad están plenamente garantizados y respaldados en un sistema de protección efectivo.”*³

³ En Seminario sobre patentes en la Comunidad Andina, publicación de Corporación de Estudios sobre los derechos de Propiedad Intelectual, Medellín, Colombia, 2001.

12. Sin embargo, esta tarea no sólo le corresponde al propio Estado, el esfuerzo que éste haga no es suficiente; es fundamental la participación y concurrencia de la sociedad civil, representada por los empresarios y los propios titulares de derechos de Propiedad Intelectual, que bajo un esquema planificado y concertado puedan lograr establecer mecanismos eficientes y adecuados para lograr el cambio de contar con una cultura de respeto a la Propiedad Intelectual.

13. A este respecto, no se debe perder de vista la necesaria participación de las universidades; las cuales, por una serie de limitantes, en nuestros países, no han dado el salto necesario para incorporarse dentro del sistema de la Propiedad Intelectual.

14. En efecto, las universidades están llamadas a desempeñar un papel de primer orden, incluyendo en sus programas educativos cursos sobre la materia. También es necesario que desarrollen programas de investigación y desarrollo, estimulando el avance tecnológico, y sirviendo en definitiva a la industria y empresa nacional.

15. Se debe tener claro que la Propiedad Intelectual representa para nuestros países, un importante factor de apoyo para impulsar la modernización industrial y empresarial, y que permita acelerar el desarrollo tecnológico, económico y comercial de nuestras naciones.

16. La tecnología es hoy, más que en el pasado, clave para la competitividad en los negocios y el crecimiento económico de las naciones. El desarrollo tecnológico puede proporcionar formas más eficientes de realizar un trabajo y abrir nuevas vías de actividades humanas, puede mejorar la calidad y la productividad, reducir el tiempo que toma llevar un producto un producto hasta el mercado y satisfacer necesidades humanas todavía no satisfechas. Mejora la tasa de crecimiento de las naciones y su capacidad competitiva, al tiempo que la dependencia tecnológica contribuye a desequilibrar la balanza de pagos. Existe lo que podríamos llamar un círculo virtuoso entre los distintos aspectos del proceso de desarrollo: a mayor nivel tecnológico, mayor competitividad en la economía mundial, que conduce a un más alto nivel de crecimiento, que posibilita las inversiones en capital humano y en transferencia de tecnología para asegurar un crecimiento estable en torno a los nuevos factores tecnológicos.⁴

17. La Propiedad Intelectual como el área jurídica que contempla sistemas de protección para los bienes inmateriales,⁵ de carácter intelectual y de contenido creativo (incluyendo a sus actividades afines o conexas), debe ser entendida y aprovechada como un instrumento

⁴ Universidad Autónoma de Nuevo León Rectoría; Proyecto para la creación del Centro de Transferencia de Tecnología; Monterrey, Nuevo León, 11 de Junio de 2001.

⁵ Bajo este sistema, quedan comprendidos principalmente, los derechos relativos a:

- i) obras literarias, artísticas y científicas;
- ii) interpretaciones de los artistas interpretes y las ejecuciones de los ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión;
- iii) las invenciones en todos los campos de la actividad humana;
- iv) los descubrimientos científicos;
- v) los dibujos y modelos industriales;
- vi) las marcas, nombre y lemas comerciales e indicaciones geográficas; y
- vii) todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los campos industriales, científicos, literarios y artísticos.

esencial para lograr la transferencia de tecnología y conocimientos entre las naciones, así como promover la creatividad, la inventiva y la innovación nacional.

18. Todo ellos implica contar con sistemas que garanticen la propiedad sobre esos conocimientos e ideas, ya que “[...] es muy difícil imaginar individuos que intenten desarrollar su capacidad para la creación, investigación o invención en un marco social que se les pone trabas y que no protege con un derechos de exclusividad los resultados de su trabajo. Porque en tales condiciones, ¿qué incentivo tienen los creadores? En la práctica, uno solo: esperar que alguien de afuera les ayude a emigrar su creación, con lo cual también emigrarán los beneficios sociales y económicos que derivan de esa creación. Y los más grave es que, como estos creadores reciben apoyo en el extranjero y es allí donde desarrollan su obra, los beneficios siguen siendo para el extranjero y no para el país de origen.”⁶

19. Por estas consideraciones, la protección y respeto de la Propiedad Intelectual es un reto y obligación de los países, frente a un mundo que exige esquemas integrados de resguardo a la creatividad, inventiva y finalmente a la inversión económica que ello representa.

20. El éxito estará en lograr generar mecanismos creativos y permanentes hacia una cultura de respeto de la Propiedad Intelectual, generando incentivos para que estos sectores perciban los beneficios económicos del respeto y protección del sistema.

III. LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LA RELACIÓN UNIVERSIDAD EMPRESA

21. Como se ha señalado anteriormente, la tecnología se constituye en un factor tan importante como el propio capital generador de dependencia o de desarrollo de las empresas en el mercado competitivo.

22. Por ello, se deben buscar mecanismos eficientes para establecer estrategias que permitan optimizar esta tecnología presente en provecho empresarial; en este sentido, cabe observar que las patentes no representan para la universidad sólo un medio de obtener ingresos económicos, sino un modo de crear un puente con las empresas y hacer posible y más efectiva la transferencia de tecnología.⁷

23. Este relación universidad-empresa, en nuestros países, aún no llega a tener el espacio de entendimiento necesario, ya que es escaso y con frecuencia inadecuada. Algunos señalan que éste limitado interés de las empresas de vincularse con la universidad, se debe a “*diferencias culturales, a falencias en la formación de los empresarios, o a su falta de visión. La universidad les ofrece un tesoro que, por miopía, aquellos son incapaces de utilizar.*”

⁶ Fernánde de Viteri, Manuel: *Principios Generales sobre patentes*, citando a Roberto Meyer, en Seminario sobre patentes en la Comunidad Andina, publicación de Corporación de Estudios sobre los derechos de Propiedad Intelectual, Medellín, Colombia, 2001.

⁷ Correa, Carlos: *Producción y comercialización de conocimientos científicos-tecnológicos*, Lima, noviembre de 1996.

24. El empresario debe tener en cuenta los activos intangibles que puede tener en su negocio o empresa, muchos de ellos se presentan a través de ideas innovadoras y originales, diseños, marcas, procesos y productos obtenidos luego investigación, información de la naturaleza, características o finalidad de productos, métodos o procesos de producción, medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios, entre otros.

25. Muchos de estos activos intangibles pueden ser protegidos a través de distintos sistemas, la competencia desleal, las patentes de invención los signos distintivos, los secretos empresariales.

26. A su vez muchos de estos activos pueden llegar a tener un valor más allá de los asignados a los propios activos fijos de la empresa.

[Fin del documento]