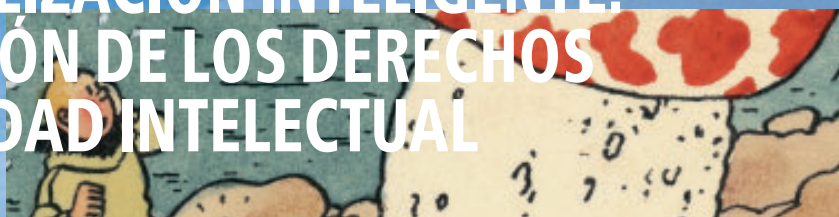


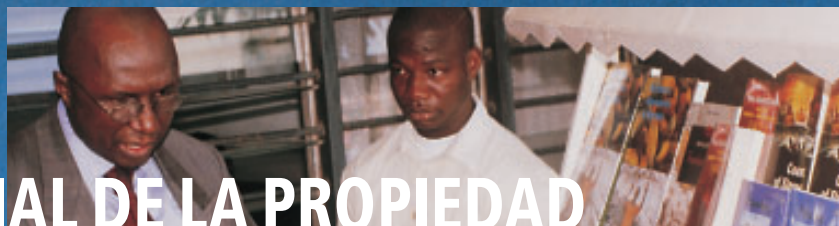
## COMERCIALIZACIÓN INTELIGENTE: EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL



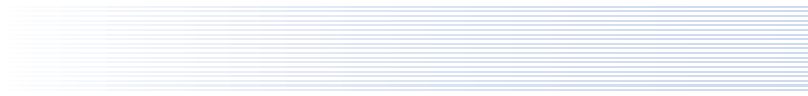
## EL VALOR DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL EN LA CONTABILIDAD



## DÍA MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL: ACTIVIDADES MÁS DESTACADAS EN EL MUNDO







*MISIÓN DE LA OMPI*

*Por medio de la cooperación  
internacional, promover la  
creación, la divulgación,  
el uso y la protección  
de obras del intelecto  
humano en aras del progreso  
económico, cultural y social  
de toda la humanidad*

- 2 ▶ ***La propiedad intelectual y las empresas***  
Comercialización inteligente: Explotación de los derechos de P.I.
- 6 ▶ ***El valor de la P.I. en la contabilidad (Parte I)***
- 10 ▶ ***Día Mundial de la Propiedad Intelectual***
- 15 ▶ ***Venecia, anfitriona de la Conferencia Internacional de Diseño***
- 17 ▶ ***Tokio: Centenario del Instituto Japonés de Invención e Innovación***
- 18 ▶ ***Congreso Mundial sobre la Lucha contra la Falsificación***
- 19 ▶ ***Reuniones de Comités***  
El SCT recomienda poner al día el Tratado sobre el Derecho de Marcas  
Los Estados miembros de la OMPI estudian la forma de armonizar el Derecho de patentes  
Reforma del PCT: Sexta reunión del Grupo de Trabajo
- 22 ▶ ***Resumen de noticias***  
El Director General de la OMPI se reúne con el Ministro de Actividades Productivas de Italia  
Una artista coreana expone en la OMPI  
Un programa especial pone de relieve la importancia de la P.I. para las Pymes  
Foro sobre P.I. destinado a las instituciones competentes de la OCDE y de la Europa ampliada
- 24 ▶ ***Calendario de reuniones***
- 25 ▶ ***La OMPI y el CCI publican una guía sobre P.I. para exportadores***



# COMERCIALIZACIÓN INTELIGENTE: EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DE P.I.

**"Una comercialización acertada siempre logrará transformar la duda del consumidor en la decisión de comprar"** manifestó Stewart Goldsmith, Vicepresidente de Ventas de Todson<sup>1</sup>.

Si nos encontráramos ante un estante repleto de productos similares, lo más probable es que nos llamaran la atención no sólo los productos cuyas marcas y diseños fueran distintivos, sino también aquéllos donde figuraran imá-



Los admiradores ansían comprar las camisetas o la ropa deportiva comercializadas por su equipo o jugador favorito

genes de personajes conocidos, ya fueran reales o ficticios. Tales personajes, que suelen influir positivamente en las decisiones de compra, aparecen en una gran variedad de productos. En la jerga jurídica este recurso es conocido como comercialización o mercadotecnia a través de la imagen de personajes ficticios, o a través de la imagen de personas reales y célebres, ya sea vivas o fallecidas, o simplemente como explotación de los derechos de P.I. Cabe destacar que en el lenguaje corriente, la comercialización hace referencia a toda una serie de actividades relacionadas entre sí, destinadas a facilitar el acceso a los productos y a hacerlos más visibles. En este artículo se aborda concretamente la explotación de los derechos de P.I.

Para obtener mayores beneficios, las estrategias comerciales pueden complementarse con la explotación de los derechos de P.I. De ese modo, los productos que se expongan en los comercios serán más visibles y atractivos. Ahora bien, una comercialización exitosa atrae a copiadores e imitadores, que fabrican productos falsificados. Una utilización eficaz de los instrumentos del sistema de P.I. permite que las empresas que confían en la comercialización impidan que se violen los derechos de P.I., o que puedan luchar eficazmente contra ese tipo de infracciones.

## El porqué de la explotación comercial

La explotación de los derechos de P.I. puede ser una estrategia útil, bien para incorporar nuevos usos a los activos de P.I. ya existentes (mediante la concesión de licencias), o para comercializar productos y servicios, o publicitarlos aprovechando la popularidad de la P.I. de terceros (mediante la adquisición de licencias).

Las ventajas de que goza una empresa que posee activos de P.I. y concede licencias sobre los mismos son las siguientes:

- ▶ La concesión de licencias sobre derechos de P.I. (como las marcas, los diseños, o las obras de arte) a otras empresas puede revelarse una **fuentes adicional de ingresos**, ya que permite **introducirse en nuevas categorías de productos** con un riesgo y un coste mínimos.
- ▶ La explotación constituye asimismo un inestimable **instrumento comercial**, ya que aumenta la publicidad de la marca, potencia su imagen y abre posibilidades a nuevos mercados. Por ejemplo, en el caso de los equipos deportivos, la

comercialización fomenta el sentimiento de pertenencia entre sus admiradores, que se sienten orgullosos de llevar productos comercializados por su equipo, como pueden ser camisetas y gorras.

- ▶ La comercialización también puede representar un instrumento eficaz para **atraer la atención de patrocinadores** de eventos especiales (acontecimientos deportivos, exposiciones de arte, conciertos, cenas con fines benéficos, etcétera), ya que refuerza la asociación de ideas entre la marca del patrocinador y el evento.

Las ventajas del licenciatarario son las siguientes:

- ▶ Las empresas que fabrican productos baratos de gran consumo, como tazas, golosinas o camisetas pueden **hacer sus productos más llamativos**, seductores, divertidos y atractivos valiéndose de una marca conocida, de un personaje famoso, de una obra artística o de cualquier otro elemento que los haga más llamativos.
- ▶ Las empresas que lanzan un nuevo producto al mercado pueden **anunciarlo** asociándolo a una personalidad o a un personaje ficticio cuya fama haga el producto más atractivo para los consumidores.

## La comercialización a través de personajes y de personalidades

La **comercialización a través de personajes** consiste en hacer uso de personajes ficticios para aumentar las ventas, ya sea de productos o de servicios. La **comercialización a través de personalidades** se refiere a la uti-

<sup>1</sup> Fuente: Press-World, 23 de marzo de 2003, <http://sports.press-world.com/v/44004.html>.

lización de personas o personajes reales. La comercialización por medio de personajes y de personalidades hace los productos o servicios más atractivos a los ojos de los potenciales clientes que sienten afinidad con dicho personaje. De hecho, aquéllos que comercializan sus productos aprovechando la imagen de personajes y personalidades creen que el principal motivo por el que un consumidor compra determinados productos no se debe al producto propiamente dicho, sino al nombre o a la imagen de la persona famosa o del personaje ficticio que se reproduce en el producto.



Entre los ejemplos de comercialización a través de personajes o de personalidades cabe citar los siguientes productos:

- ▶ gominolas con la forma de la Pantera Rosa;
- ▶ camisetas con el nombre y la imagen del pez payaso Nemo;
- ▶ frascos de perfume con el nombre de la cantante Jennifer López;
- ▶ campañas publicitarias de los relojes Omega con la campeona de tenis Anna Kournikova.

Los **personajes ficticios** suelen tomarse de los dibujos animados (Mickey Mouse, Bugs Bunny, Nemo), de juguetes (Barbie, Action Man), de series televisivas (los Teletubbies, los Simpsons, Barrio Sésamo), de películas de acción (La guerra de las galaxias), de tiras cómicas (los Pitufos, Tintín), de novelas (Harry Potter,

Winnie el Pooh), de tiras cómicas de periódicos (los Peanuts), y de juegos informáticos (Lara Croft).

Las **personas o los personajes reales** que se utilizan con fines comerciales suelen ser actores, músicos y cantantes famosos (los Rolling Stones, Britney Spears), celebridades del mundo deportivo (David Beckham, Tiger Woods), y en principio, toda persona que goce de un potencial comercial. Por ejemplo, se calcula que David Beckham llega a ganar 18 millones de dólares EE.UU. al año por la promoción<sup>2</sup> que realiza para Vodafone, Adidas, Pepsi, y otras empresas. En el Japón es tan popular que su nombre aparece en los caramelos Meiji y en una cadena de salones de belleza y de bienestar corporal<sup>3</sup>.

Para hacer uso de cualquier derecho, ya sea de propiedad, de la imagen de personalidades, o de otro tipo, como el derecho de autor y los derechos de marca, es necesario contar con la autorización preliminar de la persona en cuestión. Para ello, generalmente se establecen acuerdos de transferencia, acuerdos de concesión de licencias, o acuerdos de promoción de productos o servicios.

Los "**derechos de propiedad**" son aquéllos adscritos a un personaje ficticio. Entre ellos figura el derecho a utilizar el personaje ficticio (o más concretamente su nombre, imagen, aspecto físico, etcétera), el derecho a percibir los beneficios dimanantes de su uso y el derecho a disponer de dicho uso.

Los "**derechos de la personalidad**" o "**derechos de publicidad**" son principalmente aquéllos adscritos al nombre, a la imagen o al aspecto físico de una persona real. Entre ellos figura el derecho a utilizar las características más destacadas de la personalidad y a percibir los beneficios dimanantes de tal uso.

Creado por Georges Remi, el artista belga más conocido como Hergé, **Tintín** ha llegado a ser uno de los personajes de tiras cómicas más conocidos del mundo. El héroe es un joven reportero que se enfrenta a fascinantes aventuras durante sus



viajes por el mundo. La primera tira apareció en 1929 en un diario belga. Más adelante, Tintín se convirtió en el protagonista de varias películas de dibujos animados para la televisión y el cine, e influyó en el mundo del arte a través de la obra de Andy Warhol y de Roy Liechtenstein.

Tintín ha aparecido en un sello de correos belga y en monedas de euro. Asimismo, ha inspirado un inmenso imperio comercial: papel pintado, ropa de cama, artículos de cocina, mobiliario, cortinas de ducha, despertadores, relojes, llaveros, ropa interior, etcétera. En torno a la incesante comercialización de Tintín gira una industria de millones de euros que le han convertido en un símbolo de gran valor.

>>>

<sup>2</sup> La **promoción** se refiere a aquellas personas que informan al público de que aprueban un determinado producto o servicio y de que les congratula ser asociados con el mismo.

<sup>3</sup> Fuente: USA TODAY, 5/08/2003.



¡Es conveniente actuar con precaución antes de utilizar la imagen de una persona famosa con fines de comercialización! Por ejemplo, un fotógrafo que desee tomar una instantánea de un músico famoso, previamente deberá obtener el permiso expreso del músico para poder vender productos con su foto.

### **Estrategia de comercialización**

Toda empresa que desee aumentar sus ingresos poniendo sus activos de P.I. a disposición de los fabricantes para comercializar sus productos debería elaborar una estrategia que tuviera en cuenta los siguientes aspectos:

- ▶ Contar con la debida protección de los derechos de P.I.: la empresa debería asegurarse de ser titular de los derechos de propiedad sobre las marcas, los logotipos, los diseños o los personajes de los que desea hacer uso con fines de comercialización.
- ▶ Buscar posibles licenciatarios: la empresa debería esforzarse por buscar usuarios potenciales y convencerles del potencial comercial de los derechos de P.I. de su empresa.
- ▶ Determinar un medio para identificar al licenciatario correcto, es decir, un socio que sea fiable y diligente: los socios pueden ser empresas especializadas en comercialización, en diseño, o estudiantes de bellas artes. Una buena fuente de información para localizar posibles licenciatarios es Internet. También se puede acudir a asociaciones especializadas en concesión de licencias, como la *International Licensing Industry Merchandisers' Association* (LIMA)<sup>4</sup>.

- ▶ Realizar una prospección de mercados extranjeros: la comercialización puede servir para introducirse en nuevos mercados. Generalmente, los licenciatarios se ocupan de la fabricación, localización, logística y distribución locales.
- ▶ Elaborar un estudio de mercado para determinar la manera de representar a la empresa: la imagen de la empresa constituye el aspecto más importante del proceso de comercialización. Por lo tanto, la empresa debería tratar de averiguar cómo se representan los competidores a sí mismos en el mercado y estudiar los gustos de los consumidores.
- ▶ Seleccionar el tipo más adecuado de productos: es importante ofrecer una gama de productos que corresponda a la imagen de la empresa y al perfil de los consumidores. Por ejemplo, Chanel podría comercializar su marca con un exclusivo llavero de piel, de diseño, mientras que una tienda de bicicletas debería recurrir a camisetas y sombreros de coste reducido, y un equipo deportivo podría distribuir prismáticos donde figurara el nombre del patrocina-

nador, que permitieran a los admiradores ver a los atletas más de cerca.

- ▶ Trazar un plan para dar a conocer tanto la empresa como la mercancía: por ejemplo, en la etiqueta de la marca debería aparecer el nombre del sitio Web de la empresa, y en ese sitio, hacerse publicidad de los productos comercializados. Asimismo, deberían adjuntarse formularios de pedido por correo a los productos y a los boletines de la empresa, etcétera.
- ▶ Por otra parte, la empresa debería definir claramente en un acuerdo de licencia la relación y los términos precisos de la concesión sobre sus activos de P.I. (Para más información sobre la concesión de licencias, consúltese el capítulo "Concesión de licencias de P.I.: cosechar los beneficios" que aparece en el número de mayo-junio de 2003 de la revista de la OMPI).

### **Cómo proteger los derechos de P.I.**

Algunos elementos utilizados en la comercialización pueden protegerse mediante diferentes tipos de derechos de P.I.; por consiguiente, la empresa debe **optar por el tipo de P.I. que le otorgue mejor protección**. Por ejemplo, un personaje de dibujos animados puede ser considerado una creación artística y por lo tanto protegerse por derecho de autor, aunque también podría protegerse como marca. En algunos países, determinados tipos de P.I. no pueden utilizarse para comercializar productos. Así, es posible que un personaje ficticio que se utilice con fines de comercialización no pueda protegerse por derecho de autor si se utiliza como diseño industrial, como marca, o en publicidad.



&gt;&gt;&gt;

<sup>4</sup> Véase [www.licensing.org](http://www.licensing.org).

Las empresas deben cerciorarse del tipo o tipos de P.I. que tienen derecho a utilizar con fines de comercialización.

Los activos de P.I. también deben protegerse **en todos los mercados que corresponda**. Habida cuenta de la naturaleza territorial de los derechos de P.I., es necesario obtener protección a su debido tiempo en los potenciales mercados de exportación.

Toda empresa que ofrezca sus marcas para ser comercializadas deberá asegurarse de que las mismas están adecuadamente protegidas **en las correspondientes categorías de pro-**



**ductos o servicios.** Véase por ejemplo el caso de una tienda de bicicletas que haya registrado sus marcas para éstos y otros vehículos; si deseara comercializar su marca en camisetas y sombreros, sería muy conveniente que registrara la marca también para ropa y sombreros en aquellos países en los que proyectara vender dichos productos. Cabe destacar que bajo determinadas condiciones, también pueden considerarse marcas las principales características de la personalidad de un personaje ficticio. (Para más información sobre la utilización adecuada de las marcas, consúltese el capítulo "Nociones básicas para usar correctamente la marca" del número de marzo-abril de 2004 de la Revista de la OMPI.)

Los diseños industriales permiten proteger el aspecto ornamental o estético de artículos de utilidad y por lo tanto también deben ser registrados. A títu-

lo de ejemplo, cabe citar un personaje de dibujos animados representado en forma de diseños estéticos para juguetes, joyas, muñecas, robots, marionetas, personajes de acción, broches, **pins**, etcétera. La protección de los diseños cobra una especial importancia cuando no existe protección por derecho de autor o ésta es reducida (principalmente cuando se crea una obra artística con la intención de explotarla con fines industriales).

El derecho de autor no depende por sí mismo de procedimientos oficiales; sin embargo, es altamente recomendable **depositar y registrar** las obras en las oficinas de derecho de autor de los países en que exista tal oficina y mencionar expresamente que **los derechos sobre dichas obras están reservados**. Si se concede una licencia sobre la obra protegida por derecho de autor con fines de comercialización, debería indicarse claramente en el acuerdo de comercialización que el licenciataria estará obligado a incluir un aviso sobre derecho de autor siempre que se reproduzca la obra en productos comercializados.

Los licenciantes deben **asegurarse el control** sobre el uso comercial de sus activos de P.I. y exigir al licenciataria que suministre muestras preliminares de los productos en que utilizará la P.I. Asimismo, deberían **adoptar medidas legales en caso de violación de sus derechos**. Corresponde al titular de los derechos de P.I. determinar si ha existido violación de los derechos de P.I. y decidir las medidas que se adoptarán. En función de la forma de protección y de la tradición jurídica de cada país, podrán adoptarse las medidas oportunas para prohibir la comercialización ilegal de la P.I. recurriendo a legislación en materia de competencia desleal, marcas registradas, derecho de au-

tor, diseños industriales, derechos de la personalidad, de publicidad y de intimidad, derecho al honor, a la confidencialidad, o a disposiciones legislativas similares.

## Conclusión

Las empresas, las universidades, los equipos deportivos y las organizaciones con fines no lucrativos deberían tomar conciencia del valor comercial de su P.I. y generar ingresos derivados de la explotación secundaria de sus marcas, diseños, material gráfico y de todo elemento susceptible de ser comercializado. Asimismo, para dar a conocer más sus productos y aumentar su atractivo, las empresas que venden productos baratos de gran consumo deberían considerar la posibilidad de hacer uso, previa obtención de la autorización legal correspondiente, de los diseños, el material protegido por derecho de autor, los personajes, etcétera, pertenecientes a terceros. Para ello deberán reunir conocimientos jurídicos en materia de P.I., la capacidad de redactar y negociar contratos comerciales, y mucho sentido común.



Para más información sobre los diversos aspectos prácticos del sistema de propiedad intelectual que interesan a las empresas y a la industria, visite el sitio Web de la División de las Pymes en la dirección: [www.wipo.int/sme/es/index.html](http://www.wipo.int/sme/es/index.html). En el próximo artículo de la serie "La propiedad intelectual y las empresas" se examinará las marcas no tradicionales.

# EL VALOR DE LA P.I. EN LA CONTABILIDAD

(PARTE I)

El Departamento de Propiedad Intelectual y Desarrollo Económico de la OMPI (IPEDD) se ocupa de documentar y evaluar el funcionamiento práctico de la P.I. en tanto que instrumento de desarrollo económico y creación de riqueza. En el presente artículo se analizan las posibilidades de que disponen las empresas para reflejar el valor de su P.I. habida cuenta de las normas vigentes de contabilidad y se presentan modelos alternativos de presentación de informes financieros que las empresas ricas en activos de P.I. pueden emplear para consolidar su reputación, imagen y valor en el mercado. El artículo se publicará en dos partes. En la segunda parte se proporcionarán las pautas necesarias para que una empresa pueda elaborar un informe financiero sobre P.I.\*

Los informes financieros son ante todo una mirada retrospectiva. Mientras que la evaluación de una empresa permite prever su rendimiento futuro, la contabilidad certifica sus logros históricos. En un informe contable no tienen cabida las especulaciones, tan sólo la información objetiva. Si bien la contabilidad responde a este requisito, en los informes financieros que se presentan a los directivos de las empresas y al mercado se tiende a favorecer en gran medida a los activos tangibles. Conforme a las actuales normas de contabilidad, apenas hay cabida para transmitir el valor de la P.I. Es muy difícil demostrar la relación que guarda la P.I. que posee una empresa, especialmente la generada en su seno, con su flujo de ingresos. Por lo tanto, aunque los datos que aparezcan reflejados en los informes sean precisos, es probable que carezcan de un significado práctico. Las consecuencias de todo esto son considerables: por una parte, la P.I. permanece



ce en gran medida en un segundo plano y por otra, no se tiene plenamente en cuenta a la hora de adoptar decisiones empresariales, de atraer inversores o de ganar cuotas de mercado.

## ***Los objetivos de la contabilidad***

Toda empresa debe hacer periódicamente balance de su rendimiento para ver si está cumpliendo sus objetivos respecto de las inversiones, los beneficios y la cuota de mercado. Los informes de contabilidad de una empresa permiten conocer su rendimiento a través de las cifras de resultados e influir así en su valor como empresa. La contabilidad es por sí misma un poderoso instrumento, ya que proporciona constantemente información sobre la situación financiera de la empresa. Los análisis de los informes de contabilidad que elaboran periódicamente las empresas influyen en la opinión de los empleados, los directivos, los propietarios, los inversores y los competidores. Toda empresa que logra superar las expectativas de los inversores aumenta su valor en el mercado.

Ahora bien, la contabilidad es algo más que un mero instrumento de comercialización y de relaciones públicas, pues trata de suministrar información precisa, objetiva y comparable. Habida cuenta de esos objetivos de rendimiento, la contabilidad debe adaptarse para seguir cumpliendo su finalidad.

## ***Conciliación de los objetivos de contabilidad con la P.I.***

Conforme a las actuales normas de contabilidad, la imagen de una empresa se determina fundamentalmente por sus activos tangibles. La P.I., especialmente aquella generada en el seno de la empresa, no queda adecuadamente reflejada en los informes financieros. Este hecho influye considerablemente en la percepción que se tiene de la P.I. en el entorno empresarial y en cómo es contemplada por los inversores. En términos generales, la situación se está complicando en el actual contexto económico, cada vez más dominado por los conocimientos, ya que los principales recursos eco-

\* Los comentarios sobre este artículo pueden enviarse a: [ipedd@wipo.int](mailto:ipedd@wipo.int).



nómicos generadores de riqueza han dejado de estar basados en la ventaja competitiva que proporcionaba el acceso a la tierra, la mano de obra y el capital, así como su explotación, para basarse en el uso de recursos intangibles nuevos u originales, entre los que cabe destacar la P.I.<sup>1</sup>

En contabilidad, se otorga tanta importancia a los activos tangibles que es difícil reflejar la P.I. en un balance; más difícil aún resulta determinar su valor. Hasta la fecha, la ausencia de mercados organizados y transparentes se consideraba un inconveniente añadido que impedía medir el valor de la P.I. Puesto que, según los principios de la contabilidad, todo elemento debe registrarse con el precio que logran en las transacciones comerciales, en un balance sólo puede reflejarse la P.I. que haya sido vendida o concedida en licencia. Habida cuenta de los numerosos problemas que surgen cuando se trata de determinar el valor preciso de la P.I., y la inestabilidad del valor de determinados tipos de P.I., no es de extrañar que los profesionales de la contabilidad (y del mercado) consideren que la presentación de informes sobre la P.I. de una empresa es una actividad demasiado subjetiva y arriesgada. Por otra parte, en contabilidad siempre se ha mostrado, y aún se muestra, rechazo a hacer provisiones de beneficios, a exagerar el valor de los activos, o a incluir activos de valor más inestable en los balances.

Tradicionalmente, los profesionales de la contabilidad sólo podían reflejar la P.I. bajo un único rubro, el de **fondo de comercio** (goodwill). Históricamente, el fondo de comercio queda definido por su carácter residual, es decir, por el precio que se está dis-

puesto a pagar en el mercado por encima del valor de los bienes tangibles de una empresa. El concepto es bastante vago puesto que puede englobar todo aquello que justifique pagar un precio más elevado por una empresa. Por consiguiente, es difícil comparar el fondo de comercio de diferentes empresas, por no hablar de la dificultad que plantea reflejar claramente el valor añadido de la P.I.

Los propios profesionales de la contabilidad están tomando cada vez mayor conciencia de la necesidad de hacer frente a los problemas que plantea la economía basada en los conocimientos y reconocen que han de elaborarse sistemas de presentación de informes que reflejen la creciente importancia que está adquiriendo la P.I. Existen varias iniciativas académicas y de carácter práctico tanto en el plano nacional como en el internacional para determinar, por ejemplo, cómo identificar los activos intangibles, cómo reflejar los activos intangibles producidos en el seno de la empresa y cómo establecer las condiciones bajo las cuales pueden revalorizarse dichos activos.

### ***Cobra fuerza la tendencia a reconocer el valor de la P.I.***

Organismos reconocidos internacionalmente, como la Junta de Normas de Contabilidad Financiera (FASB) y la Comisión de Bolsa y Valores (SEC), ambas de los EE.UU., que se esfuerzan por armonizar las normas de contabilidad a escala mundial, han reconocido el vacío existente entre la clase de información facilitada por las actividades contables y la información que necesitan los inversores y los directores de empresas<sup>2</sup>. Las cuestiones planteadas por la FASB han

dado lugar a que se revise la manera en que se trata la P.I. en las fusiones y adquisiciones. Las Normas de Contabilidad Financiera (FAS) 141 y 142 de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados de los Estados Unidos de América (US GAAP) se consideran un gran adelanto, ya que por primera vez permiten realizar un listado separado de la P.I. de las distintas empresas que participan en fusiones y adquisiciones y además otorgar valor a dicha P.I.

Antes de que se revisara la manera de tratar el fondo de comercio en las fusiones y adquisiciones conforme a las normas FAS 141 y 142, simplemente se sumaban los balances de las dos empresas en proceso de fusión. Este método se denominaba "fusión de intereses para la integración de empresas". Recientemente se ha introducido un método de compra que exige identificar todos y cada uno de los activos adquiridos y determinar su "**valor razonable**". El precio de compra global debe distribuirse entre todos los elementos – tangibles e intangibles – que reúnen las condiciones necesarias para ser considerados activos. Por lo tanto, actualmente las empresas tienen la posibilidad de diferenciar los activos agrupados bajo la partida de "fondo de comercio" y la de valorarlos por separado.

Con la norma FAS 142 se suprimió la amortización del fondo de comercio. En la actualidad, las empresas tienen que examinar anualmente la P.I. que adquieren y realizar una "**prueba de pérdida de valor**". Aún continúa debatiéndose en qué medida la Norma

>>>

<sup>1</sup> La empresa PWC calcula que en 1998 los activos intangibles representaban el 78% del valor total de las 500 empresas evaluadas por *Standard & Poor's (S&P)*. Véase [www.yesmfs.com/EnglishVersion/GeneralDemo/GDCi.htm](http://www.yesmfs.com/EnglishVersion/GeneralDemo/GDCi.htm)

<sup>2</sup> En 2001, la FASB declaró lo siguiente: "Se insta a las empresas a que sigan mejorando la presentación de los informes y a que experimenten con los tipos de información divulgada y la manera en que se divulga". FASB (*Financial Accounting Standards Board: Improving Business Reporting: Insight into Enhancing Voluntary Disclosures, Steering Committee Report, Business Reporting Research Project*)

Internacional de Contabilidad (IAS) N.º 38 relativa a los "Activos intangibles", que todavía exige la amortización del fondo de comercio durante un período de 20 años, puede ponerse en conformidad con los principios US GAAP. Estos recientes cambios en la normativa ya han tenido una repercusión significativa en las prácticas comerciales. Por ejemplo, en Alemania se ha registrado una fuerte demanda en la valoración de marcas. Por otra parte, la inclusión del valor de las marcas en los balances ha supuesto un incentivo, ya que las empresas alemanas constituidas legalmente en los Estados Unidos, y la mayoría de las empresas que figuran en el mercado de valores alemán, pueden presentar su cuenta de pérdidas y ganancias con arreglo a los principios US GAAP.

Estas modificaciones constituyen las primeras medidas importantes adoptadas con el fin de realizar una valoración justa y equitativa de la P.I., pero serán necesarias otras adaptaciones para reflejar adecuadamente su valor en el balance. En las normas FAS 141 y 142 se determinan únicamente las fusiones y adquisiciones, y ningún otro tipo de transacción, y las definiciones que figuran en las mismas no son compatibles con las características de la P.I. Con arreglo a las normas FAS 141 y 142, la P.I. puede figurar en la contabilidad de una empresa siempre que reúna las condiciones necesarias para ser calificada de activo intangible. Sin embargo, gran parte de la P.I. de las empresas no llega a satisfacer esas condiciones. Según la Norma Internacional de Contabilidad N.º 38, "los activos intangibles deben ser **identificables, estar controlados por**

una empresa como consecuencia de actuaciones pasadas y deben **generar en el futuro beneficios económicos** para la empresa"<sup>3</sup>.

### **¿Puede la noción de "valor razonable" explicar el valor de la P.I.?**

Considerar la P.I. como un activo intangible únicamente cuando está directamente asociada a ingresos significa que únicamente se menciona la P.I. objeto de una licencia y que se oculta el valor añadido por otro tipo de P.I., a saber, la que la empresa utiliza internamente o en el marco de una estrategia de marcas, ya que tan sólo tiene una incidencia indirecta en el flujo de efectivo. Por ejemplo, la protección por P.I. a menudo otorga a las empresas **la exclusividad en el mercado en cuestión** o un **"margen de actuación"**. Además, la P.I. repercute en los servicios o productos de las empresas, en sus procedimientos y en sus conocimientos técnicos o tácitos. Los derechos de P.I. protegen los distintos segmentos de actividad de la empresa, que van desde la presentación de sus productos y el embalaje (diseño industrial), hasta su reconocimiento en el mercado (marcas, indicaciones geográficas), o la protección de características funcionales nuevas o actualizadas de productos y servicios (secretos comerciales, patentes). Básicamente, el flujo de efectivo se genera combinando adecuadamente estos factores. La medida en que uno o varios tipos de derechos de P.I., ya sea conjuntamente o por separado, contribuyen a mantener o a aumentar los beneficios depende del contexto en que se utilice esa P.I., de los activos adicionales (comprendidos los recursos humanos) que guardan relación con la P.I., y de su adaptación a la visión y a los objetivos estratégicos de la empresa.



Ésta es otra de las razones por las que la noción de **valor razonable** no refleja adecuadamente el valor de la P.I. Conforme a los principios US GAAP, el valor razonable se define como "el importe por el que ese activo podría comprarse o venderse en el marco de una transacción voluntaria, distinta de la liquidación de sociedades"<sup>4</sup>. En las normas de contabilidad generalmente se recomienda utilizar parámetros de referencia para determinar el valor razonable de los activos. No obstante, esos parámetros facilitan poca información sobre el interés que reviste la P.I. para una empresa en particular. Mientras que algunos activos son de uso general, otros tienen una aplicación específica. No existe un único enfoque para determinar el valor de la P.I., aunque el **contexto** constituye un criterio esencial para comprender su verdadero valor.

Tomemos el ejemplo de un medicamento patentado. Mientras que para una empresa farmacéutica que cuente con los conocimientos y la experiencia necesarios para hacer uso del mismo, puede tener un inmenso valor, para un fabricante de coches su valor sería inexistente. Esa es la diferencia fundamental entre la P.I. y muchos bienes tangibles: que son mucho más fáciles de intercambiar y de utilizar en contextos distintos; por

<sup>3</sup> Comité de Normas Internacionales de Contabilidad: Norma Internacional de Contabilidad N.º 38, Londres 1998, que puede consultarse por ejemplo en: [www.iasplus.com/standard/ias38.htm](http://www.iasplus.com/standard/ias38.htm). En virtud de los principios US GAAP, los activos intangibles se interpretan casi del mismo modo.

<sup>4</sup> Definición tomada de las normas FAS 141 y 142. La noción de "valor razonable" conforme a la Norma Internacional de Contabilidad N.º 39 se aproxima mucho a esta definición.

ejemplo, los edificios, los teléfonos, los automóviles, las cámaras o las herramientas de precisión pueden ser utilizados por muchas categorías de usuarios, ya sea tal cual, o realizando algunas modificaciones.

Por otra parte, al no existir mercados resulta difícil definir unos parámetros de referencia. Así, el valor de los bienes inmobiliarios es relativamente fácil de determinar, ya que los mercados están muy afianzados y los criterios de valoración, ampliamente aceptados. En cambio, los mercados de P.I. están muy poco consolidados y no son tan transparentes. Dado que se trata de activos financieros, esta circunstancia ha sido reconocida por organismos internacionales como el Comité de Basilea<sup>5</sup>.

### **La P.I. adquirida recibe un tratamiento distinto que la creada en el seno de la empresa**

Al no existir respuestas satisfactorias a estas cuestiones, en contabilidad existen muy pocos medios para transmitir el valor de la P.I. a los inversores y directores de empresas. En contabilidad, la situación financiera de una empresa queda determinada por las pérdidas y las ganancias o por el activo y el pasivo. Dadas las alternativas disponibles, las combinaciones que ofrece la contabilidad actualmente para formular el valor de la P.I. resultan insuficientes, e incluso las normas más ampliamente aceptadas a escala internacional, como los principios US GAAP y las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) (las antiguas Normas Internacionales de Contabilidad) tampoco bastan para reflejar la P.I.

La P.I. generada en el seno de una empresa se trata como gasto inmediato. Lo mismo se aplica a la investigación y el desarrollo (I+D) relacionados con la creación de P.I. Esto significa que la información que figura en los balances sobre cómo se crea la P.I. está tergiversada. Los costos en los que se incurre para crear la P.I. se contabilizan *una única vez*, mientras que ésta última sólo se reseña cuando se realiza una transacción comercial. Ahora bien, este planteamiento no está reservado exclusivamente a la P.I., sino que refleja la manera general en que los profesionales de la contabilidad enfocan el tratamiento de las empresas.

A diferencia de la P.I. creada en el seno de las empresas, la P.I. adquirida por las empresas queda reflejada en el balance. Por ejemplo, con arreglo a los principios US GAAP, la P.I. se valora a su precio de adquisición y se amortiza durante un período máximo de 40 años. Sin embargo, esto puede dar lugar a serias confusiones: mientras que se considera que la P.I. creada en el seno de la empresa no tiene ningún valor, la P.I. que cambia de manos puede llegar a valer cientos de millones de dólares. Así, una empresa que decida vender o conceder licencias sobre P.I. creada en su seno dará la impresión de generar beneficios virtualmente de la nada, puesto que la P.I. que esté generando esos beneficios no figura en el balance.

A falta de respuestas satisfactorias a todas estas cuestiones, sería muy conveniente que las empresas elaboraran un informe sobre P.I. que permita mejorar su posición en el mercado, facilite la obtención de financiación y modernice su gestión general. En la segunda parte del presente artículo se explicará cómo elaborar un informe sobre P.I.

### **Referencias bibliográficas**

Caninbano L./García-Ayuso M./Sánchez P.: *Accounting for Intangibles: A Literature Review*.

Junta de Normas de Contabilidad Financiera (FASB): *Improving Business Reporting: Insight into Enhancing Voluntary Disclosures*, Informe del Comité Directivo, Proyecto de investigación sobre la presentación de informes anuales. 2001 a, [www.fasb.org/brrp/brrp2.shtml](http://www.fasb.org/brrp/brrp2.shtml)

Junta de Normas de Contabilidad Financiera (FASB): *Business and Financial Reporting, Challenges from the New Economy*. Informe especial. Serie sobre contabilidad. 2001 b, [www.fasb.org/articles&reports/new\\_economy.shtml](http://www.fasb.org/articles&reports/new_economy.shtml)

Lev B./Sarath B./Sougiannis T.: *R&D Reporting Biases and Their Consequences*. Universidad de Nueva York, 1999, [pages.stern.nyu.edu/~blev/research.html](http://pages.stern.nyu.edu/~blev/research.html)

Comisión de Bolsa y Valores (SEC): *Strengthening Financial Markets: Do Investors Have The Information They Need? A Report by the SEC Special Task Force*. 2001, [www.mba.yale.edu/news\\_events/sec\\_exec\\_sum.htm](http://www.mba.yale.edu/news_events/sec_exec_sum.htm)

<sup>5</sup> El Comité de Basilea de Supervisión Bancaria llegó a la siguiente conclusión: "A falta de mercados activos será difícil obtener o calcular un valor razonable fiable para determinados instrumentos financieros no negociables mantenidos a precio de costo...llegamos a la conclusión de que no es el momento adecuado para proscribir la contabilidad basada en el valor razonable... para todos los activos y pasivos financieros". El Comité de Basilea de Supervisión Bancaria: Informe a los Ministros de Finanzas del G7 y a los Gobernadores de Bancos Centrales sobre Normas Internacionales de Contabilidad. Basilea 2003, p.3, <http://www.iasplus.com/resource/basel1.pdf>.



**26**  
de Abril

## DÍA MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El tema del cuarto Día Mundial de la Propiedad Intelectual, "Fomentar la creatividad", pone en evidencia que los avances en la ciencia, el comercio, la tecnología y las artes dependen de la creatividad humana. Para celebrarlo, los Estados miembros de la OMPI organizaron actividades inspiradas en este tema que permitieron poner de relieve la importancia que reviste la P.I. para las personas de todas las edades y estratos sociales.

Con tal ocasión, el Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, reiteró el compromiso de la OMPI de seguir colaborando con todas las naciones y prestándoles ayuda para desarrollar sus sistemas de P.I. con miras a fomentar el crecimiento económico y el bienestar social, e hizo público el siguiente mensaje:

*El Día Mundial de la Propiedad Intelectual brinda una oportunidad para que todas las naciones reflexionen sobre la importancia de la creatividad y la innovación en la construcción de un mundo mejor.*

*El tema en torno al cual gira la celebración del presente año, "Fomentar la creatividad", representa uno de los objetivos básicos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, a saber, que todas las naciones alcancen el crecimiento económico y el desarrollo cultural explotando el poder de la creatividad y de la innovación mediante el uso del sistema de P.I.*

*La creatividad humana fomenta los avances en la ciencia, la empresa, la tecnología y las artes, es decir, en todos los campos de la actividad humana. Reconocer y fomentar este re-*

*curso ilimitado, y explotarlo como si fuera un activo económico, resulta fundamental para alcanzar la prosperidad en el mundo actual.*

*Muchos gobiernos han tomado conciencia de este hecho y han comenzado a incorporar políticas de P.I. en sus estrategias globales de desarrollo. El objetivo de la OMPI es colaborar con todos los países para prestar asistencia en estas iniciativas.*

*Todas las naciones pueden crear un entorno económico y cultural que realmente impulse la creatividad si fomentan la toma de conciencia acerca del valor de la P.I. y desarrollan la infraestructura necesaria para ayudar a que sus ciudadanos aprovechen plenamente el sistema de P.I.*

### **Campaña de fomento e información**

El Día Mundial de la Propiedad Intelectual es una oportunidad ideal para promover y transmitir la importancia de la P.I. en tanto que instrumento de desarrollo económico, social y cultural. Con tal fin, la OMPI suministró carpetas de información a todos sus Estados miembros y estrenó tres anuncios televisivos de 30 segundos de duración centrados en el tema "Fomentar la creatividad". Los tres anuncios, que se emitirán todo el año en la CNN, también se pusieron a disposición de los Estados miembros de la OMPI. Tanto las carpetas de información, que contenían el mensaje del Director General de la OMPI, Kamil Idris, como un cartel, marcadores, dos nuevas guías destinadas a las Pymes, las guías "El secreto está en la mar-



La OMPI distribuyó 78 ejemplares del cortometraje *Creative Planet* para ser emitido en 44 países

ca" y "Looking Good", así como un folleto y un formulario para solicitar el cortometraje *Creative Planet* han sido eficaces instrumentos promocionales para los Estados miembros de la OMPI.

Gran número de países y organizaciones llevaron a cabo actividades para celebrar el Día Mundial de la Propiedad Intelectual. Unos 60 Estados miembros de la OMPI informaron a la Organización sobre las actividades que tenían previsto realizar. De ellas se informa en el sitio Web de la OMPI [www.wipo.int/about-ip/es/world\\_ip/2004/activities.html](http://www.wipo.int/about-ip/es/world_ip/2004/activities.html).



## Actividades más destacadas en el mundo

**Argelia** – El 26 de abril, en Argel, el Director General del *Institut national algérien de la propriété industrielle (INAPI)*, Sr. Omar Bouhnik, dio una conferencia en el Centro de Prensa “El Moudjahid” sobre el tema “El lugar y la problemática de la P.I. en el entorno mundial: visión estratégica y contexto macroeconómico”.

En particular, el Sr. Bouhnik se refirió a las nuevas cuestiones que suscitan interés en la esfera de la P.I., como los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y el folclore, y el comercio electrónico, y mencionó también la necesidad de adaptar las normas jurídicas vigentes para enfrentarse a estos nuevos desafíos. Destacó además la importancia económica de la innovación y la creatividad, así como la necesidad de llevar a cabo campañas de sensibilización e información enfocadas a aprovechar al máximo los sistemas de P.I., con el fin de consolidar y difundir las ventajas que brindan. Concluyó señalando que ocasiones como ésta sirven para popularizar la P.I. y dar a conocer a los usuarios la manera de integrarla en sus estrategias comerciales con miras introducirse en nuevos mercados.

**Belice** – La Oficina de P.I. de Belice (BELIPO) celebró este día difundiendo en la televisión nacional el cortometraje de la OMPI “Crear hoy el futuro”, publicó el mensaje del Director General en el periódico más popular de Belice y en su sitio Web ([www.belipo.bz](http://www.belipo.bz)), y realizó una campaña de colocación de carteles en los edificios más importantes de la capital, Belmopan.

**Côte d'Ivoire** – Para celebrar este evento, el Gobierno de Côte d'Ivoire emitió dos debates sobre el tema “La piratería, un obstáculo a la creación literaria y artística”, uno en la televisión y otro en la radio, y celebró una conferencia abierta al público. Asimismo, se expuso y distribuyó material de la OMPI en las escuelas, en la Oficina de Derecho de Autor de Côte d'Ivoire y en el Ministerio de la Cultura y la Francofonía. Por otra parte, el Gobierno celebró una ceremonia oficial e hizo una declaración para celebrar este día.

**Fiji** – Fiji aplazó su celebración del Día Mundial de la Propiedad Intelectual por deferencia al período de luto decretado tras el fallecimiento de Sir Kamisese Mara, prócer de la independencia de Fiji. Por tal motivo, se pospuso hasta el 5 de mayo y se prolongó durante un mes que constó de varios seminarios y mesas redondas. En las actividades participaron funcionarios gubernamentales de los Ministerios de Justicia, Asuntos Exteriores, Comercio, Educación, Asuntos de Fiji y Agricultura, así como representantes de la Asociación de Fiji para los Derechos de los Artistas Intérpretes y Ejecutantes.

**Ghana**



El Fiscal General Adjunto y Viceministro de Justicia de Ghana, Sr. Ambrose Derry, inauguró el seminario y la exposición que se organizaron para celebrar el Día Mundial de la Propiedad Intelectual en Accra

**India** – El Instituto Indio de Tecnología (IIT) y la *Indira Gandhi National Open University (IGNOU)* organizaron conjuntamente el Día Mundial de la Propiedad Intelectual en sus respectivas instituciones. El programa de la IGNOU se presentó mediante un vídeo destinado a todo el público. Un orador de la Academia Mundial de la OMPI realizó una ponencia sobre el tema “La desmitificación de la P.I.: motor de desarrollo económico”. La ponencia, que duró 45 minutos, fue visionada en directo por 26 centros regionales de toda la India. El acto terminó con una sesión de preguntas y respuestas en la que participaron personas de varias ciudades de todo el país.

Asimismo, para celebrar este día, el Consejo de Investigación Científica e Industrial (CSIR), la Federación de Cámaras de Comercio e Industria de la India (FICCI) y la OMPI organizaron un seminario conjunto que tuvo lugar los días 26 y 27 de abril y giró en torno al tema “Solución de controversias en el marco de acuerdos sobre P.I. y tecnología”.





**Libano** – El 3 de mayo, el Ministro de Economía y Comercio del Líbano, Sr. Marwan Hamadeh, el Presidente del Consejo Económico y Social, Sr. Roger Nasnas, y el Embajador de los Estados Unidos de América en el Líbano, Sr. Vincent Battle, iniciaron una serie de actividades sobre P.I. que se prolongaron durante una semana. Durante la misma se organizaron cuatro mesas redondas y cada una de ellas versó sobre un tipo diferente de derecho de P.I. A petición de los titulares de derechos, se llevaron a cabo redadas antipiratería, como resultado de las cuales se confiscaron más de 4.000 discos compactos (CD) pirateados y cuatro copiadoras de CD, se cerraron varios comercios y se impusieron elevadas multas a los propietarios. El Ministro de Economía y Comercio, en colaboración con la **Business Software Alliance**, también elaboró un **video clip** que se difundió en canales locales de televisión con el fin de sensibilizar al público sobre la P.I.

**Libia** – La Oficina Nacional de Investigación y Desarrollo de Libia organizó un seminario sobre campañas de sensibilización respecto de la P.I. que tuvo lugar el 3 de mayo en Benghazi, la segunda ciudad más grande de Libia. Con tal motivo y en el marco del acuerdo de cooperación de fondos en fideicomiso de la Jamahiriya Árabe Libia, la OMPI designó un orador para participar en el seminario.

*Exposición en Mongolia sobre "Creatividad y promoción pública"*

**Mongolia** – Por primera vez, el 26 de abril, Mongolia ha celebrado el Día Mundial de la Propiedad Intelectual conforme a la Ley de Mongolia sobre Días Festivos y Celebraciones. Con tal motivo, la Oficina de P.I. de Mongolia (IPOM) organizó las actividades siguientes:

- ▀ una exposición sobre "Creatividad y promoción pública" organizada en colaboración con la Cámara de Comercio y el Comité Mongol de Ayuda a los Artistas, que estuvo abierta al público del 14 al 16 de abril. Se concedieron premios a los tres mejores productos e innovaciones;
- ▀ una ceremonia de entrega de premios durante la cual el Ministro de Justicia y del Interior, Sr. Tsend Nyamdorj, entregó al Sr. Engel



*El Ministro de Justicia y del Interior de Mongolia, Sr. Tsend Nyamdorj, entrega la medalla de la OMPI al Sr. Buyantur*

Buyantur una medalla de la OMPI en reconocimiento por las numerosas invenciones y modelos de utilidad que ha creado en la industria eléctrica. Durante la ceremonia, el Ministro también entregó cuatro medallas a los cuatro mejores innovadores y a los cinco mejores inventores;

- ▀ una conferencia de prensa en el Centro de Medios que se celebró el 25 de abril;
- ▀ la publicación de artículos sobre P.I. en cinco números consecutivos del diario nacional **Zuunii Medee**;
- ▀ la emisión en la televisión nacional el 26 de abril de un programa de 20 minutos sobre los derechos de P.I., así como de los tres anuncios de la OMPI;
- ▀ la emisión en una cadena nacional de radio de una serie de programas sobre P.I.;
- ▀ la concesión de un premio en reconocimiento al mejor abogado de patentes, que fue concedido a la **Balco Agency**.





**Nicaragua** – Con ocasión del Día Mundial de la Propiedad Intelectual, el 26 de abril se organizaron en Managua seminarios y talleres de formación en materia de P.I., en el marco del Proyecto de fortalecimiento de la gestión del comercio exterior del Banco Interamericano de Desarrollo, en cooperación con la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), el Proyecto de P.I. SIECA/USAID, seis universidades nicaragüenses, la Camerata Bach, el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio, la Dirección General de Competencia y Transparencia en los Mercados, y el Registro de la P.I. Las conferencias y los debates versaron sobre los siguientes temas:

- ▶ políticas y competencias sobre adquisición y comercialización de productos farmacéuticos en Nicaragua;
- ▶ la importancia de la P.I. para el desarrollo económico, social y cultural de los países en desarrollo;
- ▶ los conocimientos tradicionales y la protección del folclore en Panamá;
- ▶ los derechos de obtentor en Nicaragua;
- ▶ las marcas y otros signos distintivos;
- ▶ el derecho de autor y los derechos conexos;
- ▶ los beneficios de la innovación y la transferencia de tecnología.

Asimismo se inauguraron ferias para dar a conocer la tecnología nacional y la adhesión de Nicaragua a diversos tratados.



### Hong-Kong



*Hong Kong emitió sellos de correos sobre P.I. para conmemorar el Simposio Regional de la OMPI de 2004 con el matasellos del Día Mundial de la Propiedad Intelectual*

**Filipinas** – El país celebró el Día Mundial de la Propiedad Intelectual con un concurso nacional de ensayos y otro de pintura *in situ* para estudiantes. La Oficina de P.I. organizó una exposición con el fin de dar a conocer a los organismos gubernamentales que velan por la observancia de los derechos de P.I., en la que participaron dichos organismos.

**Rumania** – El 26 de abril, la Oficina Estatal de Invenciones y Marcas organizó en colaboración con la Oficina de Derecho de Autor de Rumania, un simposio y una conferencia de prensa en la que participaron algunos funcionarios de la Presidencia, del Ministerio de Relaciones Exteriores, del Ministerio de Comunicación y Tecnología de la Información, del Ministerio de Integración Europea, la Autoridad Nacional para el Control y otros interlocutores interesados en el ámbito de la P.I. Asimismo, el mensaje del Director General de la OMPI y otros documentos de la Organización se tradujeron al rumano y se publicaron en periódicos locales y nacionales, así como en los sitios Web de ambas Oficinas.

Por otra parte, la Red de Centros Regionales para la Promoción y la Protección de la P.I. organizó seminarios y mesas redondas sobre el tema "La trascendencia de la P.I. para fomentar la creatividad y la invención y contribuir así al crecimiento económico" y la Agencia Nacional para las Pymes y la Cooperación organizó una conferencia sobre el tema "La importancia de una estrategia de P.I. para que las Pymes sean competitivas en el mercado".

Asimismo, durante la semana del 26 al 30 de abril se emitieron los cortometrajes *Creative Planet* y "Fomentar la creatividad" en varios canales de televisión a escala local y nacional.

**Sudán** – La oficina del Registrador General de la P.I. preparó un programa de una semana, que se inició el 26 de abril y que constó de conferencias, talleres, una exposición, y programas de radio y televisión. Asimismo, contó con la cobertura de la prensa y se distribuyeron adhesivos para dar publicidad al evento.

>>>



**Suiza** – El Instituto Federal de la P.I. de Suiza inauguró una versión de su sitio Web ([www.ip4all.ch](http://www.ip4all.ch)), accesible a las personas minusválidas. Toda la información que figura en el sitio Web habitual del Instituto aparecerá muy pronto sin restricciones en el nuevo sitio **ip4all**, lo que permitirá poner las ventajas del sistema de P.I. al alcance de todo el mundo.

**Trinidad y Tabago** – La Oficina de P.I. de Trinidad y Tabago organizó actividades durante todo el mes de abril que consistieron en varios seminarios y talleres, y en la distribución de más de 200 ejemplares del disquete "La invención en su hogar"; asimismo, organizó una exposición de artesanía en los locales de la Oficina, y otra de literatura y carteles sobre P.I. en la Universidad de las Antillas. La Oficina también organizó una jornada de actividades para su personal durante la cual se celebraron diversos concursos.



Cartel del Día Mundial de la Propiedad Intelectual aparecido en Trinidad y Tabago

**Estados Unidos de América** – El Subsecretario interino de Comercio encargado de la P.I., Sr. Jon Dudas, en colaboración con el Instituto Internacional de P.I., organizó una recepción en el Congreso de los EE.UU. para celebrar el Día Mundial de la Propiedad Intelectual. Los oradores más destacados fueron el Dr. Peter C. Schultz, coinventor de la fibra óptica, al que se le concedió la Medalla Nacional de Tecnología y que es miembro de **National Inventors Hall of Fame**, y el Sr. Nick Taylor, uno de los autores más vendidos y Presidente del Sindicato de Autores.

Las Bibliotecas Oficiales de Patentes y Marcas (PTDL) de los Estados Unidos de América celebraron el Día Mundial de la Propiedad Intelectual con exposiciones, actividades y programas de divulgación destinados a fomentar la importancia y las ventajas de la P.I. Entre las actividades de las PTDL cabe destacar:

- ▶ El Departamento de Ciencia, Tecnología y Salud de la Biblioteca Central de Rochester y el Condado de Monroe (Nueva York) expuso carteles y material suministrado por la OMPI, así como otros documentos de la Biblioteca.
- ▶ El Centro de Sunnyvale para la Innovación, la Invención y la Creatividad, un servicio de la Biblioteca Pública de Sunnyvale (California), expuso los carteles de la OMPI en el sector de patentes y marcas de la Biblioteca, y distribuyó marcadores de libros a sus socios. Durante los meses de marzo y abril también estuvo expuesta una obra sobre inventorías.

- ▶ En la Universidad de Carolina del Norte, en Charlotte (UNCC), se organizó una exposición sobre interesantes ejemplos de marcas e invenciones estadounidenses patentadas, como el juego de mesa Monopoly® y la botella de Coca-Cola®, así como de patentes concedidas a profesorado de la UNCC. Además, el 20 de abril se organizó un seminario de información sobre patentes y marcas, de un día de duración, al que asistieron unas 45 personas.
- ▶ En el Instituto universitario de **Montana Tech**, en Butte, se utilizó material suministrado por la OMPI para realizar una ponencia sobre patentes, en el marco de la conferencia anual de la Asociación de Bibliotecas de Montana, que se celebró del 24 al 27 de abril. Los carteles de la OMPI tuvieron un gran éxito entre el público. El folleto "El secreto está en la marca" fue muy apreciado entre los vecinos y bibliotecarios de Montana interesados en la protección de las marcas y los logotipos.





# VENECIA, ANFITRIONA DE LA CONFERENCIA INTERNACIONAL DE DISEÑO

El Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, inauguró el jueves 13 de mayo en Venecia una conferencia internacional que se centró en la importancia que reviste la protección de los diseños para las empresas con miras a mantener las ventajas competitivas de cara al actual mercado mundializado. Los oradores que participaron en la Conferencia Internacional de Diseño, organizada conjuntamente por la OMPI e Italia, convinieron en que tanto los creadores como los empresarios son cada vez más conscientes de que para ser más competitivos y añadir valor a la creación de los diseños es necesario recurrir al ingenio y a la actividad inventiva. Los conferenciantes advirtieron asimismo contra los riesgos de la piratería y la falsificación de los diseños.

Se trata del primer gran evento sobre diseños que se celebra a escala internacional desde que entrara en vigor el Acta de Ginebra del Arreglo de La Haya relativo al depósito internacional de dibujos y modelos industriales, que simplifica el proceso de obtención de la protección de los diseños industriales en muchos países. Entre los principales oradores que intervinieron en la conferencia, organizada por la OMPI en colaboración con el Ministerio de Actividades Productivas de Italia y la ciudad de Venecia, y bajo los auspicios del Ministerio de Relaciones Exteriores de Italia, se contó con la presencia del Dr. Idris, el Sr. Antonio Marzano, Ministro italiano de Actividades Productivas, el Sr. Paolo Costa, Alcalde de Venecia, el Sr. Paolo Bruni, Representante Permanente de Italia ante la Oficina de las Naciones Unidas en Ginebra, y el Sr. Paolo Baratta, Presidente del Comité Internacional de Venecia.

El Sr. Marzano subrayó la necesidad de que los empresarios se preocupen más por la calidad, la estética y el precio de los productos para continuar siendo competitivos. Añadió

que, habida cuenta de las exigencias del mercado y de las necesidades y gustos cada vez más sofisticados del consumidor, debería prestarse mayor atención al diseño.

El Ministro manifestó asimismo que su Gobierno está firmemente resuelto a contribuir a dar a conocer la P.I. y la importante función que ésta desempeña para promover el desarrollo socioeconómico y la creación de riqueza. En ese sentido, añadió que se está prestando particular atención a las pequeñas y medianas empresas, ya que constituyen el núcleo central de la industria italiana.

El Sr. Marzano advirtió contra el peligro que representan los actos de piratería y falsificación para las economías nacionales y añadió que se trata de un problema que exige atención y coordinación a escala internacional. "El futuro reside en la innovación, y la falsificación va en detrimento de ese futuro", afirmó el Ministro para finalizar su intervención. El Dr. Idris refrendó la declaración efectuada por el Sr. Marzano y añadió que, la piratería y la falsificación no sólo amenazan el patrimonio cultural de las naciones, sino que además perjudican a la economía.

El Sr. Costa, Alcalde de Venecia, expresó el deseo de que su ciudad participe más activamente en el fomento de la cultura de P.I. "Nuestra ciudad e instituciones siempre serán fie-

## Venecia -- cuna de la legislación sobre patentes

Venecia es un marco particularmente idóneo para celebrar una conferencia de este tipo, no sólo por cuanto Italia es una nación líder en diseño sino porque este año se conmemora el 530 aniversario de la promulgación de la primera ley de patentes por la República de Venecia. Se trata del primer país europeo en haber promulgado una ley de patentes, el 19 de marzo de 1474.



Sr. Marzano, Ministro italiano de Actividades Productivas, Dr. Kamil Idris, Director General de la OMPI, y Sr. Paolo Costa, Alcalde de Venecia

les aliadas de la labor que desempeña la OMPI" dijo el Alcalde. Hizo asimismo hincapié en la trascendencia estética del diseño en tanto que factor embellecedor de la vida cotidiana y se refirió a continuación a la importancia de la creatividad para la economía: "En el contexto de la mundialización cada vez mayor de la economía, la creatividad representa el verdadero valor añadido del diseño, y es motor de crecimiento. Cuanto más recurra la economía a la creatividad, más innovadora y competitiva será. Promover una cultura de P.I. también es sinónimo de orientar a las empresas al desarrollo tecnológico, y de favorecer el crecimiento del sistema económico y la innovación. El desarrollo empresarial de la economía pasa por una estrecha colaboración entre las instituciones de investigación, las universidades y las empresas".

La conferencia, que duró dos días, proporcionó un foro para intercambiar puntos de vista sobre la importancia estratégica que reviste la protección internacional de los diseños para las empresas del sector. Asimismo, brindó la ocasión de analizar la forma de utilizar más eficazmente el sistema de La Haya de protección internacional de los diseños industriales, administrado por la OMPI.

>>>



## El Director General de la OMPI, galardonado por la ciudad de Venecia

El 12 de mayo, el Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, fue galardonado con el primer "Premio de la Ciudad de Venecia a la Propiedad Intelectual" en mención a las iniciativas que ha protagonizado para promover el respeto por la P.I. y su importancia. El Sr. Paolo Costa, Alcalde de Venecia, hizo entrega del galardón al Dr. Idris durante una ceremonia en el *Palazzo Ducale*. El Sr. Antonio Marzano, Ministro italiano de Actividades Productivas, el Sr. Paolo Baratta, Presidente del Comité Internacional de Venecia, y el Sr. Roberto Antonione, Subsecretario de Relaciones Exteriores del Gobierno italiano, también tomaron la palabra en la ceremonia, a la que asistieron personalidades del mundo de la cultura y altos representantes de los sectores gubernamental y privado.



Servizio Valenciannunazione of Venice

Al hacer entrega del galardón, el Sr. Costa encomió al Dr. Idris por la "excepcional labor" que ha realizado dando a conocer la importancia de la P.I. como factor de prosperidad de todos los pueblos, y por su "firme resolución" de promover la P.I. "Me siento sumamente honrado de hacerle entrega de este premio, dada su extraordinaria contribución a la función esencial que desempeña la P.I. como instrumento de desarrollo económico en todos los países" declaró el Alcalde.

A su vez, el Sr. Antonio Marzano, Ministro italiano de Actividades Productivas, subrayó la importancia de la P.I. y dejó constancia de su satisfacción por el hecho de que el primer galardón que entrega la ciudad de Venecia a la causa de la P.I., coincidiendo con el 530 aniversario de la promulgación de la primera ley sobre patentes de la República de Venecia, haya recaído en el Dr. Idris, en reconocimiento de sus esfuerzos por promover la P.I.



El Sr. Roberto Antonione, Subsecretario de Relaciones Exteriores, felicitó al Director General por las iniciativas tomadas en aras de la cultura de P.I. y por acentuar los vínculos que existen entre la P.I. y el desarrollo económico, social y cultural.

El Dr. Idris dijo sentirse "sumamente honrado y privilegiado" por ser la primera persona en recibir el premio de Venecia y añadió que es innegable la estrecha relación que existe entre el progreso de la humanidad y la capacidad de inventar, innovar e imaginar un mundo mejor. Agregó que la realidad económica y los cambios tecnológicos sin precedentes a los que asistimos en la actualidad sugieren la necesidad de transformar las comunidades, las sociedades y las prácticas comerciales de todo el mundo. "Por

consecuente, nuestro objetivo debe ser ayudar a los países a explotar, comercializar, producir, competir y negociar con el único recurso natural que comparten todas las comunidades y naciones: el espíritu inventivo y la creatividad de los pueblos" finalizó el Dr. Idris.



# TOKIO: CENTENARIO DEL INSTITUTO JAPONÉS DE INVENCION E INNOVACION

El Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, participó los días 25 y 26 de mayo en Tokio en una serie de actos de alto nivel organizados para festejar el centenario del Instituto Japonés de Invención e Innovación (JIII). El Dr. Idris también mantuvo una ronda de conversaciones con altos funcionarios y con el propio Sr. Junichiro Koizumi, Primer Ministro del Japón. El Director General elogió al Gobierno japonés, y en particular a su Primer Ministro, por el marcado empeño que ha demostrado por poner en práctica una estrategia visionaria en el ámbito de la P.I., que se ajusta a la realidad de la actual sociedad basada en los conocimientos.

El Dr. Idris rindió homenaje al Gobierno japonés por los esfuerzos que está desplegando para promover la P.I. e hizo referencia al "dinámico y exhaustivo examen" que ha realizado el país de su sistema de P.I., y encomió en especial al Primer Ministro Koizumi por el espléndido ejercicio de sus funciones como presidente de un consejo especial a nivel ministerial, encargado de la estrategia del Japón en el ámbito de la P.I. Refiriéndose al Primer Ministro, el Dr. Idris dijo que su "determinación por crear una nación con sólidas bases de P.I." es un hecho que habla por sí solo, e indicativo de la importancia que el Primer Ministro y su Gobierno otorgan a la necesidad de explotar la riqueza intelectual de su país, al estímulo y la ayuda a los potenciales inventores y creadores, y al fomento del respeto y la admiración por la actividad innovadora. El Primer Ministro reafirmó su convencimiento de

que, ante la escasez de recursos naturales, el Japón debe potenciar sus recursos humanos y sacar el máximo provecho de los mismos, con miras a revitalizar la capacidad innovadora de su nación.

El Director General también mantuvo conversaciones con el Sr. Shoichi Nakagawa, Ministro de Economía, Industria y Comercio, y con el Sr. Tateo Kawamura, Ministro de Educación, Ciencia y Tecnología.

## ***Centenario del Instituto Japonés de Invención e Innovación***

Durante la ceremonia conmemorativa del centenario de la creación del JIII, el Dr. Idris hizo uso de la palabra ante los centenares de participantes, procedentes de más de 30 países, y rindió homenaje "a los 100 años de servicio que ha dedicado el Instituto a fomentar la creatividad y la innovación nacionales y a promover la utilización del sistema de P.I." La ceremonia contó con la presencia de Sus Majestades el Emperador y la Emperatriz del Japón y con la de Su Alteza Imperial, el Príncipe Hitachi, además de la del Primer Ministro, Sr. Junichiro Koizumi, el Presidente de la Cámara de Representantes, Sr. Yohei Kono, el Presidente de la Suprema Corte de Justicia, Sr. Akira Machida, y otros miembros del Gabinete.

Antes de la ceremonia, el Director General de la OMPI participó en calidad de orador en el Simposio Internacional organizado en conmemoración del aniversario del JIII con el tema "Lograr un entendimiento común y un mayor respeto en torno a la cultu-



*Sr. Shoichi Nakagawa, Ministro de Economía, Industria y Comercio y Dr. Kamil Idris, Director General de la OMPI*

ra de P.I. y su difusión mundial a todos los niveles". El Dr. Idris puso de relieve el papel crucial que desempeña la P.I. como incentivo del desarrollo socioeconómico y destacó la visión de futuro de la OMPI, a saber, la instauración de una cultura de P.I. en todo el mundo.

Al término del simposio se adoptó un acta resumida preparada por el Presidente, en la que se destacó la importancia de la cultura de P.I. y su difusión en todo el mundo.



# CONGRESO MUNDIAL SOBRE LA LUCHA CONTRA LA FALSIFICACIÓN

Unos 400 participantes procedentes del sector público y privado, así como de organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales, asistieron al primer Congreso Mundial sobre la Lucha contra la Falsificación que se celebró en Bruselas los días 25 y 26 de mayo.



Foto: David Pils

*Participantes en el Congreso Mundial sobre la Lucha contra la Falsificación*

Organizado conjuntamente por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) e Interpol, y con el apoyo de la OMPI, en el Congreso se pretendió despertar la conciencia pública respecto de la magnitud de los problemas que plantea la falsificación, y se trató de adoptar soluciones eficaces y medidas de cooperación. El evento reunió a numerosos representantes de alto nivel de la industria, gobiernos y organizaciones intergubernamentales, y estuvo asimismo ampliamente cubierto por la prensa internacional.

En su discurso de apertura, la Directora General Adjunta de la OMPI, Sra. Rita Hayes, hizo hincapié en la importancia de que todas las naciones tomen conciencia del problema que supone la falsificación. "Como tantos otros de los problemas a los que nos enfrentamos hoy en día, la falsificación es un problema que carece de fronteras" manifestó. "Se trata de un problema que exige cooperación, coordinación y adopción de soluciones a escala mundial".

Respecto de la postura de la OMPI ante esta cuestión, la Sra. Hayes manifestó que los gobiernos deberían alcanzar la plena convicción de que la protección por P.I. es indispensable para la prosperidad económica y el bienestar social. "Los gobiernos están adquiriendo cada vez mayor conciencia de este hecho" declaró. "Cada vez es más patente la necesidad de que los países adopten leyes que protejan los derechos de P.I. y de que creen mecanismos eficaces para aplicar esas leyes, que redundarán en su propio beneficio".

La Sra. Hayes señaló que la OMPI colabora estrechamente con los gobiernos para crear capacidad en el ámbito de la observancia. No obstante, añadió que es imperativo adoptar un enfoque común que pase por una estrecha coordinación y colaboración entre los gobiernos, el sector privado y las organizaciones intergubernamentales.

"La lucha contra la falsificación plantea enormes desafíos a escala mundial, lo que significa que ninguno de nosotros podrá enfrentarse por sí solo a los mismos" indicó. "Nos incumbe a todos – gobiernos nacionales, organizaciones internacionales, y sectores público y privado – trabajar codo con codo para garantizar la observancia de los derechos de P.I."

Los participantes decidieron reunirse de nuevo el año próximo y adoptaron varias recomendaciones sobre las actividades futuras, que están disponibles en la dirección [www.anti-counterfeitcongress.org/wco2004/website.asp](http://www.anti-counterfeitcongress.org/wco2004/website.asp).





# EL SCT RECOMIENDA PONER AL DÍA EL TRATADO SOBRE EL DERECHO DE MARCAS

El Comité Permanente de la OMPI sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT), que se reunió del 26 al 30 de abril, recomendó convocar una Conferencia Diplomática durante el primer semestre de 2006 con el fin de adaptar el actual Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT) a los avances tecnológicos de la última década.

## ***Revisión del Tratado sobre el Derecho de Marcas***

El TLT, que en la actualidad cuenta con 31 Estados miembros, fue adoptado en 1994 con objeto de agilizar y simplificar los procedimientos administrativos de todo el mundo relacionados con las solicitudes nacionales y regionales de marcas, y el mantenimiento de los registros de marcas. Con el fin de adaptarse a la evolución que han experimentado las telecomunicaciones desde 1994 y de crear un marco institucional que permita adecuar ciertos detalles de carácter administrativo regulados por el Tratado, se ha previsto incorporar en el TLT revisado disposiciones sobre la presentación electrónica de solicitudes de marcas y comunicaciones conexas, y disposiciones relativas a la inscripción de licencias de marcas, adoptar medidas de subsanación en caso de incumplimiento de determinados plazos, y crear asimismo una asamblea de las Partes Contratantes.

El SCT aprobó la incorporación en el TLT de una disposición específica relativa a las comunicaciones con las oficinas de propiedad industrial, en virtud de la cual las Partes Contratantes podrán elegir los medios de transmisión de las comunicaciones, en

particular, la comunicación electrónica. Gracias a esta nueva disposición ya no será necesario presentar las solicitudes en papel, tal como disponía el TLT, ni se impondrá a las Partes Contratantes un modo específico de comunicación.

En el proyecto de Tratado revisado se mantendrá una disposición prohibiendo la atestación, certificación por notario, autenticación, legalización o cualquier otro tipo de certificación de una firma en una comunicación, salvo en muy pocos casos, como el de la renuncia a los registros. En las disposiciones relativas a la firma se tienen en cuenta cambios recientes, como el hecho de que las oficinas acepten cada vez más las firmas electrónicas u otros tipos de identificación.

El SCT también avanzó respecto de una disposición relativa a las medidas que pueden adoptarse en caso de incumplimiento de los plazos. Todas las delegaciones estuvieron de acuerdo en que las futuras Partes Contratantes del TLT revisado deberán prever al menos una forma de restablecimiento de los derechos. Esta opción se aplicaría a los casos en que la pérdida de los derechos se deba al incumplimiento de un plazo a pesar de la diligencia debida exigida por las circunstancias.

Por otra parte, el Comité examinó por primera vez disposiciones que prevén la armonización y simplificación de las solicitudes de inscripción de licencias de marcas. A este respecto, varias delegaciones y representantes de organizaciones observadoras apoyaron la incorporación en el Tratado de disposiciones sobre la inscripción de licencias de marcas, mientras que otras delegaciones manifestaron su inquietud al respecto.

Para finalizar, el SCT entabló por primera vez conversaciones en torno a una nueva serie de cláusulas finales y disposiciones administrativas que podrían incorporarse al TLT revisado. Estas cláusulas y disposiciones prevén, entre otras cosas, la creación de una asamblea de las Partes Contratantes. Dicha asamblea estaría facultada para modificar el reglamento del Tratado, lo cual permitiría adaptar periódicamente el marco administrativo establecido por el Tratado en función de las circunstancias y de la evolución de los procedimientos de registro de las marcas.

En conclusión, el SCT solicitó que la Secretaría recomiende a la Asamblea General de la OMPI, que se reunirá del 27 de septiembre al 5 de octubre, convocar una conferencia diplomática para adoptar, durante la primera mitad de 2006, un Tratado sobre el Derecho de Marcas revisado, en las fechas y en el lugar que se fijen en una reunión preparatoria, así como celebrar dos sesiones más del SCT antes de la conferencia diplomática.

## ***Cuestionario sobre el Derecho marcarío y las prácticas relativas a las marcas***

El SCT también deliberó acerca de un cuestionario sobre el Derecho de marcas y las prácticas relativas a las mismas, así como sobre la protección de determinados signos oficiales en virtud del Artículo 6ter del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Asimismo, examinó un informe sobre la marcha de un estudio, iniciado recientemente, relativo al

>>>

## LOS ESTADOS MIEMBROS DE LA OMPI ESTUDIAN LA FORMA DE ARMONIZAR EL DERECHO DE PATENTES

Derecho marcario. En agosto de 2003 se distribuyó a los miembros del SCT un cuestionario sobre la legislación y las prácticas nacionales en materia de marcas; en abril de 2004 se habían recibido unas 70 respuestas que han proporcionado abundante información sobre la legislación de marcas y las prácticas administrativas de las oficinas de los Estados miembros. El SCT fue informado de que la Secretaría había empezado a recopilar todas las respuestas y a sintetizarlas en un documento provisional que se publicará después de que los miembros del SCT hayan tenido la oportunidad de formular comentarios. Este documento podría servir de base para la futura labor del SCT.

### ***Protección de los emblemas de Estado***

La labor del Comité concluyó con la presentación de la base de datos denominada **Artículo 6ter Express**, publicada recientemente (véase el número de marzo-abril de 2004 de la Revista de la OMPI).

Todos los documentos de trabajo relativos a la duodécima sesión del SCT, incluido el resumen del Presidente, están disponibles en el sitio Web de la OMPI: [www.wipo.int/documents/es/document/sct/index\\_12.html](http://www.wipo.int/documents/es/document/sct/index_12.html).

El Comité Permanente sobre el Derecho de Patentes (SCP) se reunió en Ginebra del 10 al 14 de mayo para examinar la orientación futura de la armonización internacional del Derecho sustantivo de patentes y las disposiciones de un proyecto de Tratado Sustantivo sobre el Derecho de Patentes (SPLT).

El SCP deliberó sobre la conveniencia de continuar limitándose a examinar algunas disposiciones que guardan relación con las definiciones de estado de la técnica, plazo de gracia, novedad y actividad inventiva (no evidencia), o bien de ampliar los debates al actual proyecto de SPLT en su conjunto y examinar cuestiones como la divulgación del origen de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales, la salud pública y las excepciones a los criterios de patentabilidad. El SCP no llegó a un acuerdo respecto a su labor futura, pero convino en seguir examinando el texto del actual proyecto del SPLT durante la sesión.

El SCP aceptó varios proyectos de disposiciones, a condición de que las delegaciones puedan volver a examinarlos en el futuro, como el relativo al hecho de que la información puesta a disposición del público forme parte del estado de la técnica, lo cual es fundamental en el procedimiento de examen de patentes. Se realizó un esfuerzo por acercar posturas respecto a varias cuestiones, como por ejemplo, la introducción de un plazo de gracia, la incidencia en el estado de la técnica de las solicitudes internacionales en virtud del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) que hayan sido presentadas anteriormente a la solicitud objeto de consideración, pero publicadas después de la misma, y la definición de novedad. No obstante, aún existen importantes discrepancias entre las delegaciones sobre varias cuestiones que será necesario volver a examinar.



# REFORMA DEL PCT: SEXTA REUNIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO

En la sexta reunión del Grupo de Trabajo sobre la Reforma del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), celebrada en Ginebra del 3 al 7 de mayo, se acordó proponer modificaciones del Reglamento del PCT para presentarlas a la Asamblea del PCT el próximo septiembre, que básicamente se refieren a la simplificación del procedimiento de protesta y a cambios relacionados con el suministro de la lista de secuencias a los fines de los procedimientos de búsqueda internacional y de examen preliminar internacional. Si se adoptan estas modificaciones, es probable que entren en vigor el 1 de enero de 2005.

Con objeto de proporcionar un mejor servicio a los solicitantes, a las oficinas nacionales y a terceros, el Grupo de Trabajo también examinó varias posibilidades para cambiar el sistema del PCT. Estos cambios incumben al restablecimiento del derecho de prioridad, a la rectificación de errores obvios, a disposiciones sobre partes que fueron omitidas al presentar la solicitud internacional, a requisitos de firma, a la publicación internacional en varios idiomas, a la mejora de la calidad de las búsquedas internacionales, a la aprobación de una solicitud única y central para registrar los cambios durante la fase nacional, y a la obligación de declarar la fuente de los recursos genéticos y de los conocimientos tradicionales en las solicitudes de patente.

Está previsto que todas estas cuestiones continúen examinándose en las futuras reuniones del Grupo de Trabajo. Para más información, véanse

## *Se jubila el padre fundador del PCT*

La sexta reunión del Grupo de Trabajo sobre la Reforma del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) ha sido la última reunión de la OMPI en la que ha participado el Sr. Siep de Vries, Jefe de la División Química de la Oficina de Propiedad Industrial de los Países Bajos.

El Sr. de Vries es uno de los padres fundadores del sistema del PCT y un auténtico artífice de lo que es el sistema en la actualidad. La primera reunión del PCT en la que participó, antes de que el sistema entrara en vigor, fue el Grupo de Trabajo del PCT sobre Directrices de búsqueda



Foto: Mercedes Martínez Dozal

internacional y de examen preliminar internacional, que se celebró en Ginebra en febrero de 1977, es decir, hace más de 27 años. En los años transcurridos desde entonces, la Organización se ha beneficiado enormemente de sus exhaustivos conocimientos del PCT y de su capacidad para hallar soluciones creativas a cuestiones complejas. Por todo lo expuesto, en su última reunión actuó como Presidente del Grupo de Trabajo; en dicha reunión se examinaron varias posibles formas en que podría cambiarse el sistema para proporcionar un mejor servicio a los solicitantes, a las oficinas nacionales y a terceros. Durante el ejercicio de sus funciones contribuyó enormemente a la prosecución de la labor a la que ha consagrado tanto esfuerzo en calidad de delegado de los Países Bajos.

El Sr. de Vries tiene previsto jubilarse el 1 de septiembre de este año. Tanto la Oficina Internacional como la comunidad del PCT le echarán de menos, tanto desde un punto de vista personal, como por la inmensa contribución que ha realizado al funcionamiento y a la mejora del sistema.

los documentos que se prepararon para el debate de la reunión, así como el resumen del Presidente en [www.wipo.int/pct/en/meetings/meetings.htm](http://www.wipo.int/pct/en/meetings/meetings.htm).

En principio, la séptima reunión del Grupo de Trabajo está programada, bien para la semana del 22 al 26 de noviembre de 2004, o para la del 29 de noviembre al 3 de diciembre del mismo año.

*Sr. François Curchod, Sr. Siep de Vries, Sr. Heinz Bardehle y Sr. Busso Bartels en la reunión del Grupo de Trabajo de 2003. Los cuatro desempeñaron un papel decisivo en la conformación del sistema del PCT.*



## RESUMEN DE NOTICIAS

### El Director General de la OMPI se reúne con el Ministro de Actividades Productivas de Italia

El Dr. Kamil Idris, Director General de la OMPI, se reunió el jueves 13 de mayo en Venecia, con el Ministro italiano de Actividades Productivas, Sr. Antonio Marzano, para conversar sobre una serie de cuestiones de interés mutuo. En la reunión se ratificó la importancia estratégica de la P.I. para el desarrollo y la creación de riqueza.

El Dr. Idris agradeció al Gobierno italiano el permanente apoyo prestado a las actividades de la OMPI, y en particular, la importante función que ha desempeñado Italia en la elaboración de un programa especial de la OMPI dedicado a las Pymes. Asimismo, dio las gracias al Gobierno italiano por acoger el próximo Simposio Mundial de la OMPI sobre Indicaciones Geográficas, que tendrá lugar en 2005. Ya se han iniciado los preparativos para el Simposio y en breve se decidirá el lugar exacto de reunión.

El Dr. Idris y el Ministro italiano convinieron en que la OMPI e Italia mantienen excelentes lazos de cooperación y dejaron constancia de su voluntad de colaborar todavía más estrechamente para promover una toma de conciencia en todo el mundo sobre la importancia de la P.I. Italia ha sido ya escenario de varias conferencias internacionales sobre cuestiones de P.I., como el Foro de Milán sobre P.I. y Pymes, en 2001, en el que se hizo público un plan de acción en apoyo de las Pymes, y una conferencia internacional sobre la P.I. y las Pymes del sector textil, celebrada en Prato, en 2003.



El Sr. Marzano garantizó al Dr. Idris que tanto su país como él mismo están firmemente comprometidos a fomentar el uso de la P.I. Uno de los éxitos del ministerio que dirige el Sr. Marzano ha sido la consolidación de

toda la legislación italiana de P.I. en un solo código. En julio de 2003, se crearon tribunales especiales de P.I. en 12 ciudades italianas. Durante el ejercicio de sus funciones se ha automatizado la Oficina italiana de Patentes y Marcas, se ha emprendido una campaña de sensibilización del público sobre los actos de piratería y falsificación y se están tomando medidas para mejorar la observancia de los derechos.

La entrevista tuvo lugar al margen de la Conferencia Internacional de Diseño organizada por la OMPI y el Gobierno italiano los días 13 y 14 de mayo.



### Una artista coreana expone en la OMPI

El Embajador Choi Hyuck de la República de Corea y el Director General Adjunto de la OMPI, Geoffery Yu, inauguraron una exposición de obras de arte de la Srta. So-Un Lee el 6 de abril en la OMPI.

Fue su padre quien enseñó caligrafía a la Srta. Lee a una edad muy temprana. En 1980 inició en Seúl estudios de pintura tradicional coreana, que en la actualidad continúa perfeccionando. Con el paso de los años, su trabajo caligráfico ha adquirido un carácter cada vez más abstracto y simbólico. En la exposición se presentaron aproximadamente 30 de sus pinturas, así como algunas piezas de porcelana pintada.



## Un programa especial pone de relieve la importancia de la P.I. para las Pymes

El uso de la P.I. como herramienta estratégica de las empresas fue el tema central de un taller de cuatro días que, bajo los auspicios de la OMPI y de la Asociación Mundial de Empresas Pequeñas y Medianas (AMEPM), tuvo lugar en Ginebra, del 3 al 6 de mayo. En él se dieron cita, corriendo con sus propios gastos, empresarios, consultores, y representantes del sector bancario, de oficinas de P.I. y de instituciones de apoyo a las Pymes. En total, unos 25 participantes procedentes de Belarús, Egipto, la India, Kenya, Nigeria, Rumania, Sudáfrica y Suiza. Participaron también representantes del Mercado Común para el África Oriental y Austral (COMESA) y de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en razón del interés creciente que suscitan en esas entidades los aspectos de P.I. relacionados con las empresas.

La Directora General Adjunta de la OMPI, Sra. Rita Hayes, encomió a la AMEPM por sus iniciativas para promover el uso de la P.I. entre las Pymes y puso de relieve el fundamental papel que desempeñan ese tipo de asociaciones dando a conocer la importancia de una utilización estratégica de la P.I. por las empresas. Subrayó también la voluntad de la OMPI de mantener un diálogo abierto con las asociaciones de Pymes para ayudarlas a responder a las necesidades de sus miembros.

El Dr. Arun Agrawal, Secretario General de la AMEPM, destacó la importancia de facilitar el acceso de las Pymes y las asociaciones de Pymes de los países en desarrollo a una red de especialistas en P.I. El Dr. Agrawal señaló que una ayuda especializada



Participantes en la reunión de la AMEPM

contribuiría a aumentar la eficacia de las actividades que llevan a cabo las asociaciones nacionales y regionales de Pymes, así como los centros de información tecnológica y comercial e institutos de estudios superiores.

Se trata del segundo programa de formación organizado conjuntamente por

la OMPI y la AMEPM. Entre los programas de formación organizados por la OMPI en colaboración con la AMEPM de cara al futuro, cabe desta-

car un taller destinado a las organizaciones no gubernamentales (ONG) que llevan a cabo actividades de fomento de las Pymes, previsto en noviembre de este año, y un seminario destinado a las ONG que llevan a cabo actividades centradas en las mujeres empresarias, previsto en 2005.

## Foro sobre P.I. destinado a las instituciones competentes de la OCDE y de la Europa ampliada

La Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) fue anfitriona en Alicante (España) los días 27 y 28 de mayo de 2004 del segundo Foro de la OMPI sobre la P.I. y las Pequeñas y Medianas Empresas destinado a las oficinas de P.I. y a las instituciones competentes de la Organización de Cooperación y de Desarrollo Económicos (OCDE), así como a los países de la Unión Europea (UE) ampliada. Este Foro brindó la ocasión de compartir la experiencia adquirida en el fomento de un uso eficaz del sistema de P.I. por los innovadores, los creadores, los empresarios y las Pymes.

Los participantes reiteraron la inmensa importancia de este evento para establecer políticas a escala nacional e internacional sobre la utilización del sistema de P.I. por las Pymes. Asimismo, destacaron la necesidad de reforzar la cooperación con miras a dar a conocer más la P.I., especialmente, creando redes de información comunes y elaborando publicaciones conjuntas o programas de enseñanza a distancia. Además, se consideró la creación de un portal de Internet para las Pymes que suministre a las mismas información de utilidad sobre P.I.

Las ponencias presentadas en el Foro y los estudios distribuidos a los participantes durante el mismo están disponibles en la dirección [www.wipo.int/meetings/2004/alicante/en/index.html](http://www.wipo.int/meetings/2004/alicante/en/index.html).

# CALENDARIO de reuniones

## 7 A 9 DE JUNIO

(GINEBRA)

### **Comité Permanente de Derecho de Autor y Derechos Conexos (Undécima sesión)**

El Comité continuará debatiendo la protección de los organismos de radiodifusión y la de las bases de datos no originales. Examinará, asimismo, cuestiones específicas relacionadas con el derecho de autor.

**Invitaciones:** En calidad de miembros, los Estados miembros de la OMPI y/o de la Unión de Berna, y la Comunidad Europea; en calidad de observadores, determinadas organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales.

## 14 A 24 DE JUNIO

(GINEBRA)

### **Grupo de Trabajo sobre la Revisión de la CIP (Undécima sesión)**

El Grupo de Trabajo seguirá debatiendo sobre las propuestas de revisión de la CIP y examinará varios proyectos destinados a lograr la aplicación de los resultados de la reforma de la CIP.

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

## 24 Y 25 DE JUNIO - 28 Y 29 DE JUNIO

(GINEBRA)

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

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

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

## 28 A 30 DE JUNIO

(GINEBRA)

### **Comité Asesor sobre Observancia (ACE) (Segunda sesión)**

La finalidad de esta segunda sesión del ACE en junio de 2004 es examinar la función de la judicatura y de las autoridades cuasi judiciales, así como la del ministerio público, en las actividades de observancia de la ley (incluyendo cuestiones conexas tales como las costas judiciales). Se considerará también la labor futura del Comité en el marco del enfoque acordado.

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

## 27 DE SEPTIEMBRE A 5 DE OCTUBRE

(GINEBRA)

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

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

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

## 25 A 29 DE OCTUBRE

(GINEBRA)

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

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

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

## 25 A 29 DE OCTUBRE

(GINEBRA)

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

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

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

## 8 A 12 DE NOVIEMBRE

(GINEBRA)

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

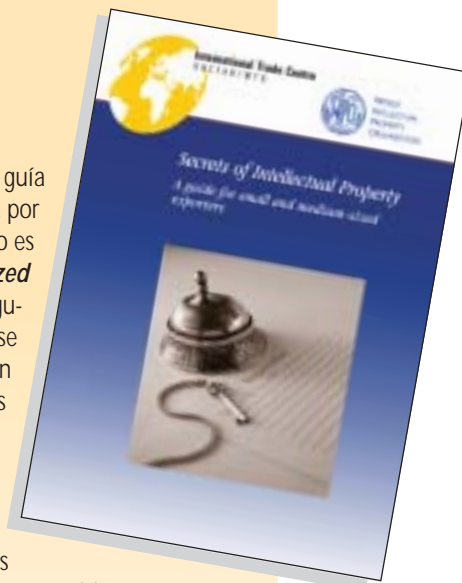
El Grupo de Trabajo proseguirá su labor de revisión de las normas de la OMPI y recibirá informes de sus equipos técnicos creados con ese fin.

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



## La OMPI y el CCI publican una guía sobre P.I. para exportadores

A partir de ahora, los exportadores podrán beneficiarse de una nueva guía práctica sobre P.I. específicamente dirigida a ellos, que ha sido publicada por la OMPI y el Centro de Comercio Internacional (CCI). La guía, cuyo título es "*Secrets of Intellectual Property: a Guide for Small and Medium-sized Exporters*", ofrece orientación de carácter práctico sobre cómo tratar algunas de las cuestiones más habituales relacionadas con la P.I. a las que se enfrentan los exportadores. Esta guía, de fácil consulta, se presenta en forma de preguntas y respuestas y contiene gran número de referencias bibliográficas. Ofrece a los exportadores una perspectiva comercial de alcance internacional sobre una amplia serie de cuestiones clave relacionadas con la P.I.



Con frecuencia, la importancia que revisten los derechos de P.I. para los exportadores sólo se pone de manifiesto cuando tienen que hacer frente a problemas o a litigios. Tales problemas suelen surgir como consecuencia del desconocimiento de la reglamentación y legislación en materia de P.I. El propósito de la guía es sensibilizar a los exportadores respecto de las medidas que han de adoptar para asegurarse de que sus productos están en conformidad con la legislación de P.I. vigente en los mercados extranjeros y para que esos productos no vulnere los derechos de P.I. de terceros.

Los exportadores que realicen estudios de mercado y no tengan en cuenta la legislación de propiedad intelectual vigente en otros países, estarán expuestos a costos y riesgos innecesarios que no sólo podrían dañar toda la estrategia de exportación de la empresa, sino también poner en peligro su supervivencia a largo plazo. En la guía se da cuenta de las medidas eficaces y rentables que deberían adoptar los exportadores para proteger adecuadamente sus activos de P.I. en los mercados donde deseen introducir sus productos y para consolidar su ventaja competitiva en dichos mercados. Para las empresas exportadoras, la protección de los activos de P.I. representa un medio de defenderse contra el fraude y otras infracciones, a la vez que una forma de obtener fuentes de ingresos al no tener que exportar el propio producto, por ejemplo, mediante acuerdos de concesión de licencias.

La guía "*Secrets of Intellectual Property: a Guide for Small and Medium-sized Exporters*" está disponible en inglés y puede solicitarse por Internet desde el sitio Web de la OMPI, [www.wipo.int/ebookshop/](http://www.wipo.int/ebookshop/), o a través del CCI, ya sea en su sitio Web [www.intracen.org/eshop](http://www.intracen.org/eshop), o solicitándola por escrito a la dirección que figura en la contraportada. Próximamente estarán disponibles versiones en otros idiomas.

### Nota del editor

La nota necrológica sobre el Profesor André Françon que se publicó en el número de enero-febrero de la Revista de la OMPI fue redactada por el Sr. Patrick Masouyé, Director interino de la División de la OMPI de Gestión Colectiva del Derecho de Autor, como tributo personal al Profesor Françon y a su contribución a la protección de la P.I.

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

La Revista se distribuye gratuitamente.

Si está interesado en recibir ejemplares, dirijase a:

*Sección de Comercialización y  
Distribución*

*OMPI*

*34 chemin des Colombettes*

*C.P.18*

*CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)*

*Fax: 41 22 740 18 12*

*Correo-e: [publications.mail@wipo.int](mailto:publications.mail@wipo.int)*

Para formular comentarios o preguntas, dirijase a:

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

© 2004 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

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

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

*34 chemin des Colombettes*

*C.P. 18*

*CH-1211 Ginebra 20*

*Suiza*

*Teléfono:*

*+41 22 338 91 11*

*Fax:*

*+41 22 733 54 28*

*Correo electrónico:*

*[wipo.mail@wipo.int](mailto:wipo.mail@wipo.int)*

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

*2, United Nations Plaza*

*Suite 2525*

*Nueva York, N. Y. 10017*

*Estados Unidos de América*

*Teléfono:*

*+1 212 963 6813*

*Fax:*

*+1 212 963 4801*

*Correo electrónico:*

*[wipo@un.org](mailto:wipo@un.org)*

*Visite el sitio Web de la OMPI en:*

*<http://www.OMPI.int>*

*y la Librería Electrónica de la OMPI en:*

*<http://www.wipo.int/ebookshop>*

*Publicación de la OMPI N° 121 (S)*

*ISSN 1020-7082*