

LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI) Y LAS
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME) DE AMÉRICA LATINA

Documento preparado por la Oficina Internacional de la OMPI

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

- I. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN AMÉRICA LATINA
- II. LAS PYME Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL
- III. ESTRATEGIA DE LA OMPI EN RELACIÓN CON LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

ANEXO I: PLAN DE ACCIÓN DE MILÁN

ANEXO II: “PRÁCTICAS ÓPTIMAS”

I. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYME) EN AMERICA LATINA

1. El papel fundamental que desempeñan las pequeñas y medianas empresas (PYME) en el desarrollo económico y social de América Latina, tanto por su contribución al empleo y al Producto Interno Bruto (PIB), como por su rol en el fortalecimiento de la cohesión social de los países de la región, es hoy ampliamente reconocido.

2. Algunas estadísticas recientes indican que el 99.6% de las empresas brasileñas son pequeñas y medianas empresas y que brindan trabajo a aproximadamente el 59,8% de la población económicamente activa del país. En Chile, se trata aproximadamente del 99% de las unidades productivas con un aporte del 86% al total del empleo y de 37% al valor agregado del país. En Colombia, las PYME aportan el 63% del empleo y, como en el caso de otros países de la región, se concentran principalmente en el sector de servicios. En Venezuela, la participación de las PYME al valor agregado del sector manufacturero es del 14.5% y al empleo del mismo sector, del 36%.

3. Si bien la importancia de las PYME en la economía de los países es un fenómeno mundialmente reconocido, varias características específicas de las PYME latinoamericanas merecen especial atención, comenzando por la baja productividad de las mismas en comparación con las grandes empresas. Según algunos estudios, la diferencia de productividad alcanza un 50% en la región mientras que en los países industrializados la brecha de productividad entre las grandes empresas y las PYME se sitúa en 20%.¹ Por otra parte, un número considerable de PYME latinoamericanas son microempresas y empresas informales que operan principalmente en el sector de servicios y de producción de bienes de baja tecnología.² Por último, otra característica de las PYME en muchos países latinoamericanos es que producen esencialmente para el mercado interno. Se calcula, por ejemplo, que el 3% de las PYME de Ecuador exporta y que la exportación representa el 5,6% de las ventas de las pequeñas empresas brasileñas.³

4. Es importante también destacar las transformaciones que están ocurriendo en el entorno competitivo, en gran parte como consecuencia de la globalización, la apertura de mercados y el auge de las tecnologías de la información y la comunicación, y los nuevos desafíos a los que se ven enfrentadas las PYME. Estos cambios han, por un lado, permitido a PYME en ciertos sectores mejorar su productividad principalmente a través de un mayor acceso a tecnología incorporada al capital, pero, por otro lado, también han puesto en evidencia algunas de las dificultades que encuentran las PYME en adaptarse a las nuevas condiciones del mercado debido a la creciente necesidad de incorporar nuevas tecnologías, mejorar la eficiencia en la gestión de las empresas y reducir costos para sobrevivir en el mercado y lograr ser internacionalmente competitivas. En un mundo globalizado, y con cada vez menos barreras al comercio internacional, el reto principal para las PYME es el de ser

¹ CONINCEEL, *Análisis comparativo de las leyes para el fomento de las PYMES en Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela*, CONINDUSTRIA, 2001.

² Se calcula en algunos casos que más del 40% de los empleos en el sector informal. Véase, por ejemplo, H. De Soto, *El Otro Sendero* (1986).

³ Para un análisis detallado de las PYME latinoamericanas, véase W. Peres y G. Stumpo, *Pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe*, 2002.

internacionalmente competitivas, aún cuando operan exclusivamente en el mercado interno. En este contexto, la innovación ha asumido un papel fundamental.

5. Si bien las estadísticas muestran la importancia de las PYME en las economías de la región, también resaltan la necesidad de formular políticas que contribuyan a mejorar la productividad de las mismas y a aumentar su capacidad exportadora. Las políticas de apoyo a la innovación de las PYME pueden ser un factor determinante en facilitar su desarrollo tecnológico y fomentar la producción de bienes con un alto valor agregado. En este contexto, es importante determinar el papel que puede desempeñar la propiedad intelectual no sólo en dar mayores oportunidades a las PYME innovadoras para comercializar sus productos y servicios sino además como incentivo para que las PYME inviertan en la generación de nuevas tecnologías, en la producción de bienes innovadores, y en la diferenciación de sus productos a través del diseño y la marca.

II. LAS PYME Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL

6. Las estadísticas de que se dispone en relación con el uso del sistema de propiedad intelectual por parte de las PYME se limitan en gran medida al uso del sistema de patentes por parte de PYME de los países europeos. En un estudio preparado por el Instituto Roland Berger Forschungs para la Oficina Europea de Patentes, sobre el uso del sistema de propiedad intelectual por parte de las PYME en la Unión Europea, se estima que una de cada seis empresas del sector manufacturero (sin contar las microempresas y las empresas artesanales) presenta solicitudes de patentes. Se afirma además que una de cada tres empresas realiza actividades de investigación y desarrollo (I+D) pero no patenta sus invenciones.⁴ Entre las empresas que realizan actividades de I+D pero no patentan, el conocimiento del sistema de patentes es muy limitado y se considera que dicho desconocimiento determina en gran medida el nivel de utilización del sistema.

7. De conformidad con otro estudio realizado por la empresa Derwent, basado en una encuesta realizada en varios países europeos, las razones más comunes por las que no se solicitan patentes son: 1) no se considera que las patentes sean pertinentes para el ramo de actividad de la empresa; y 2) el sistema de patentes es considerado demasiado oneroso y complejo.⁵ A conclusiones similares llegó también un estudio realizado en el Reino Unido donde se observaba que los pequeños empresarios concedían mayor importancia a métodos informales de protección de sus activos de propiedad intelectual (acceso inmediato al mercado, relaciones duraderas basadas en la confianza, intercambio limitado de información, etcétera) que los derechos oficiales que pueden ser objeto de registro.⁶ Un número importante de PYME, por lo tanto, utiliza el secreto empresarial como principal mecanismo de protección aunque muy seguido desconoce las medidas que deben tomarse para proteger sus secretos empresariales o las ventajas que se pueden obtener a través de la protección por patente, diseño industrial o derecho de autor de algunos de estos secretos. En otro estudio, realizado por el Grupo STEP de Noruega por encargo de la OMPI, se llega a la conclusión de que las

⁴ EUROPEAN PATENT OFFICE, *Utilisation of patent protection in Europe*, 1994.

⁵ DERWENT: *Dismantling the Barriers: a Pan-European Survey on the Use of Patents and Patent Information by Small and Medium-Sized Enterprises* (Londres, 2000).

⁶ J. KITCHING y R. BLACKBURN: *Intellectual Property Management in the Small and Medium Enterprises* en *Journal of Small Business and Enterprise Development*, volumen 5, N° 4, (Londres, 1999).

pequeñas empresas noruegas no sólo patentan con una frecuencia menor a la de las grandes empresas sino que además la probabilidad de que las patentes sean concedidas, debido a la calidad de las solicitudes, es mucho menor. Estos resultados también apuntan a mostrar un conocimiento limitado del sistema por parte de las PYME que cuando utilizan el sistema no lo hacen siempre de manera adecuada.

8. Poca es la documentación de que se dispone sobre el uso del sistema de propiedad intelectual por las PYME en Europa, información que todavía es más escasa en muchas otras regiones del mundo, incluida América Latina. Uno de los problemas fundamentales es la falta de datos desagregados en materia de solicitudes de patente, marcas y dibujos y modelos industriales por parte de las PYME, o por diferentes tipos de PYME. Las estadísticas generales sobre solicitudes y registros de derechos de propiedad intelectual, en especial patentes, por parte de empresas nacionales resulta muy bajo, y significativamente más bajo que en Europa en proporción al número de empresas. Además, entre las empresas que solicitan patentes, la gran mayoría son empresas grandes. Por otra parte, las PYME utilizan mucho menos la información tecnológica que figura en los documentos de patente que las empresas de mayor talla. En un estudio sobre las pequeñas y medianas empresas en el ámbito de la biotecnología realizado en cinco países latinoamericanos (Argentina, Brasil, Colombia, Chile y Uruguay) se puso en evidencia que el 6,7% de las PYME objeto de estudio atribuían “gran importancia” a la información de patentes como fuente de información comercial o técnica (el 13% de las PYME encuestadas opinaban lo mismo por lo que respecta a las patentes internacionales).⁷ En cuanto a las marcas, en un estudio realizado recientemente en Lima (Perú) se llegó a la conclusión de que sólo el 6,5% de las empresas encuestadas habían registrado su marca.⁸

9. Las razones por las cuales el sistema de propiedad intelectual ha sido poco utilizado por las PYME son varias y deben ser brevemente analizadas para poder comprender de qué manera se puede facilitar su acceso a la propiedad intelectual. En primer lugar, se verifica un conocimiento muy limitado del sistema, debido en parte a una casi completa ausencia de la propiedad intelectual de los programas universitarios, los cursos de formación de empresarios y los programas de apoyo a la innovación de las PYME. En segundo lugar, los costos relativos a la solicitud, registro, mantenimiento y observancia de derechos suelen considerarse demasiado elevados. Esta percepción se ve acentuada por el limitado conocimiento que se tiene de los potenciales beneficios de la protección y por el bajo reconocimiento que aún tienen los derechos de propiedad intelectual en los círculos financieros de la región como activos con un importante valor económico. En tercer lugar, la complejidad del sistema suele ser una barrera a una utilización mayor del sistema de propiedad intelectual, sobretodo dado que aún hay pocas instituciones, consultorías o empresas que ofrezcan asesoría, apoyo y/o financiación para la preparación de las solicitudes y la gestión de los activos de propiedad intelectual.

A. Las PYME y la innovación

⁷ C. CORREA. Documento OMPI/IFIA/BUE/00/7.

⁸ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). La Oferta de Servicios del INDECOPI a las Pequeñas y Medianas Empresas. Documento de trabajo N° 001-2001.

10. Las PYME conforman un grupo heterogéneo dentro de cada país. Su capacidad innovadora varía mucho en función de factores como el sector, la talla, las prioridades y los recursos. En un documento elaborado por la OCDE, se dividió a las PYME de la Unión Europea en tres grupos principales: 1) creadores tecnológicos; 2) usuarios de tecnologías de punta (con capacidad de I+D variable); y 3) usuarios de tecnologías no innovadoras. Aunque los porcentajes de empresas que entran dentro de cada una de estas categorías probablemente varíen de país en país, la categorización resalta la diversidad entre las PYME en cuanto a la capacidad tecnológica y la necesidad de tomar en cuenta esta heterogeneidad a la hora de estudiar políticas de apoyo a la innovación.

11. Además, es importante resaltar las diferencias entre los distintas ramas productivas en cuanto a las “oportunidades tecnológicas”.⁹ En los sectores de alta tecnología, como la industria de los programas informáticos y la biotecnología, la innovación es un proceso constante y una estrategia competitiva fundamental para todas las empresas. La innovación en este sentido permite a las empresas de 1) mejorar la eficiencia y la gestión de la empresa 3) reducir costos de producción y 3) introducir productos nuevos 4) mejorar la imagen y reputación de la empresa y de sus productos. En sectores de baja tecnología y de productos maduros, donde las “oportunidades tecnológicas” y el margen para introducir innovaciones radicales es menor, las empresas se apoyan en la creación de nuevos diseños y/o en pequeñas modificaciones funcionales como instrumentos de innovación y diferenciación de sus productos.

12. La heterogeneidad de las PYME en cuanto a su capacidad de innovar y de incorporar tecnologías también se aprecia en la forma en que dichas empresas utilizan y se benefician del sistema de propiedad intelectual. Las PYME más innovadoras (o “creadores tecnológicos”) podrán beneficiarse de los derechos de propiedad intelectual para proteger varios aspectos de su actividad innovadora y creativa. El éxito de las empresas creadoras de tecnología dependerá en gran medida de su capacidad para proteger y comercializar sus invenciones, obtener información sobre las últimas innovaciones en el campo técnico en el que operan, adquirir tecnología y maquinaria de punta y vigilar los mercados para asegurarse de que sus invenciones no sean objeto de infracción. Toda empresa con estas características deberá adoptar una sólida estrategia de propiedad intelectual que comprenda un buen conocimiento de las reglas de juego y una política clara en materia de: 1) adquisición de derechos; 2) supervisión tecnológica utilizando, entre otras fuentes, la información contenida en documentos de patentes; 3) gestión y explotación de los derechos de propiedad intelectual; y 4) observancia de los derechos.

13. Es importante destacar, sin embargo, que en el contexto latinoamericano, un porcentaje reducido de micro y de pequeñas y medianas empresas pueden ser consideradas creadoras de tecnología de punta. Esto no implica que falte capacidad innovadora por parte de las PYME latinoamericanas, sino que la innovación adquiere rasgos particulares que es importante comprender para analizar la manera en que la propiedad intelectual puede ser de importancia para el desarrollo de las PYME latinoamericanas. Estos rasgos pueden resumirse, de manera general, de la siguiente manera:

⁹ Para una discusión sobre las oportunidades tecnológicas en distintos sectores, véase Pavitt, K. “Patterns of Technological Change: Towards a Taxonomy and a Theory” in *Res Policy*, 1984, pp. 343-73.

a) las PYME no asignan recursos financieros de manera específica a I+D o a actividades de innovación, por lo que tampoco se cuenta con estructuras, laboratorios o áreas destinadas a esos fines;

b) existen dificultades para la formalización de los procedimientos innovadores, debido a la falta de equipos, infraestructura institucional y personal especializado para actividades de investigación en las empresas, lo que también dificulta la protección y explotación adecuada de las innovaciones realizadas;

c) el personal dedicado a actividades de I+D realiza simultáneamente otras actividades en la empresa; y

d) la innovación adquiere un carácter incremental.¹⁰

14. En una encuesta reciente de PYME en la Argentina se resalta que, generalmente, las actividades innovadoras en las PYME se realizan de manera informal, es decir, sin un lugar específico para su desarrollo, y se desconoce el monto gastado en actividades de investigación y desarrollo. Asimismo, entre las actividades innovativas se destaca el desarrollo y las mejoras incrementales de productos, y en menor medida, los cambios organizacionales y la búsqueda de nuevas formas de vinculación con el mercado.¹¹

15. En Chile, las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística muestran que las actividades de innovación de las PYME consisten principalmente en: a) mejoras en materia de embalaje; y b) mejoras del diseño de los productos. En tercer lugar se sitúa la innovación en producto, y sólo mucho después la innovación en proceso o en la gestión organizativa.¹² En Colombia, las actividades innovativas de las PYME (según el DNP)¹³ se centran principalmente en el diseño, y la adquisición de tecnologías incorporadas al capital.

16. Un importante obstáculo a la adquisición y el desarrollo de tecnología innovadora y *know-how* por parte de las PYME de la región es también la falta de suficientes estructuras institucionales e incentivos para promover la colaboración con las universidades y centros de investigación del sector público. Los resultados de la investigación de las universidades y entes públicos no siempre son adecuadamente protegidos y remunerados, y por lo tanto, hay pocos incentivos para transferir *know-how* o invenciones con potencial comercial a las PYME.¹⁴

17. La falta de estadísticas sobre innovación tecnológica de las PYME en todos los países de la región no permite obtener un panorama suficientemente amplio de la innovación en las PYME latinoamericanas. Sin embargo, sobre la base de la información presentada en los párrafos anteriores, se pueden sacar algunas conclusiones importantes sobre el papel que puede desempeñar la propiedad intelectual en una mejor explotación de la innovación por parte de las PYME de la región.

¹⁰ G. YOGUEL y F. BOSCHERINI: *Algunas reflexiones sobre la medición de los procesos de innovación: la relevancia de los elementos informales e incrementales*, REDES Volumen 3, No 8. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 1996.

¹¹ SETCIP, *Programa de capacitación tecnológica de PYMES industriales*, disponible en http://www.sectcip.gov.ar/publica_planplur/anepyme_n.htm

¹² Instituto Nacional de Estadística, *Encuesta de innovación tecnológica (1993-1995)*

¹³ DNP, *Encuesta sobre desarrollo tecnológico en el establecimiento industrial colombiano, 1989-1996*.

¹⁴ CONINCEEL (2001), *op.cit.*

18. En el contexto de las PYME latinoamericanas, y en particular aquellas que operan en sectores tradicionales de baja tecnología, la innovación se realiza principalmente a través de mejoras incrementales a productos existentes o mejoras en el embalaje o el diseño de los productos, lo que en lo relativo a los derechos de propiedad intelectual se relaciona directamente con los *modelos de utilidad* y los *diseños industriales*. Estos dos instrumentos legales de protección de la propiedad intelectual de las empresas pueden ser de gran utilidad para mejorar la competitividad de las PYME, tanto en los mercados nacionales como en los internacionales. A través de la protección de sus innovaciones y diseños, las PYME pueden obtener exclusividad para la comercialización de los mismos y así obtener beneficios y reconocimiento por parte de los consumidores por su actividad innovativa.

19. Asimismo, la protección por *patente* puede ser de gran importancia para las PYME latinoamericanas capaces de crear tecnología innovadora o aquellas que desarrollan nuevos productos con potencial comercial. El número reducido de solicitudes de patentes por parte de las PYME latinoamericanas puede ser debido en gran parte al escaso conocimiento que se tiene hoy de las patentes y del bajo reconocimiento que aún tienen por parte de, por ejemplo, inversores, bancos, prestamistas y círculos financieros en general. Las actividades de difusión deberían tener en la importancia de sensibilizar al sector financiero para que se comience a apreciar mayormente el valor económico de los activos de propiedad intelectual.

20. En un estudio realizado por ANPROTEC sobre las PYME “graduadas” de las incubadoras de empresas en Brasil, se demuestra que aproximadamente un 15% de las empresas encuestadas ha solicitado por lo menos una patente, un dato que se aproxima al promedio europeo de PYME en el sector manufacturero (excluyendo a las microempresas y las empresas artesanales) según los datos del mencionado estudio de la Oficina Europea de Patentes. Esto podría deberse a que las PYME incubadas, además de tener un nivel tecnológico por encima del promedio, tienen un acceso más fácil a asesoría e información sobre el sistema de patentes que las demás PYME. Como en el caso de las empresas incubadas, resulta importante que las empresas con capacidad tecnológica e innovadora tengan acceso a servicios de información y asesoría en propiedad intelectual para que puedan beneficiarse de la protección por patente.

21. Las patentes también pueden representar un instrumento de gran importancia para la transferencia de tecnología del sector público al sector privado. En toda política encaminada a promover una mayor articulación entre las universidades y centros de investigación por un lado, y las PYME por otro, debe tenerse en cuenta la importancia de la propiedad intelectual, y en particular de las patentes, como instrumento que crea los incentivos necesarios para que la tecnología y el *know-how* del sector público puedan ser transferidos al sector privado para su comercialización. Para esto, es imprescindible que se elaboren reglas claras sobre la titularidad de las invenciones realizadas por investigadores universitarios o financiadas por entes públicos así como sobre la distribución de los beneficios por eventuales regalías. El establecimiento de centros de vinculación tecnológica (o *technology licensing offices*), con expertos en propiedad intelectual, que actúen de enlace entre el mundo académico y el mundo empresarial adquiere una importancia primordial para institucionalizar el proceso, y encontrar maneras de superar la brecha cultural que existe entre los dos mundos y resolver potenciales conflictos de intereses.¹⁵

¹⁵ Para un panorama general de la importancia de la propiedad intelectual en las relaciones entre la universidad y la industria, véase *Research and Innovation Issues in University-Industry*

[Sigue la nota en la página siguiente]

22. Se considera, además, que un elevado número de PYME podría beneficiarse de una mayor utilización de la *información contenida en documentos de patentes*. Las patentes son una fuente importante de información tecnológica y comercial para las PYME que buscan tecnología innovadora para sus productos o servicios, tanto en sectores de alta como de baja tecnología. Incluso las empresas con limitada capacidad de I+D, pueden beneficiarse de la información contenida en documentos de patentes para, por ejemplo, resolver problemas técnicos específicos y/o encontrar nuevos proveedores. La publicación de algunas bases de datos de patentes por Internet ha dado la oportunidad a las PYME de utilizar esa información de manera directa y gratuita. Sin embargo, existe hoy un desconocimiento casi absoluto de las bases de datos de patentes y se requiere un importante trabajo de sensibilización así como de asesoría en como utilizar las bases de datos de manera adecuada para que las patentes puedan realmente convertirse en una fuente de información tecnológica válida para las PYME.

23. Por último, cabe destacar que un mayor conocimiento del sistema de patentes podría crear un mayor incentivo para que las PYME latinoamericanas realicen actividades de I+D y comercialicen sus productos innovadores respaldados por la exclusividad otorgada por las patentes. Esto podría ser determinante, sobretudo para el desarrollo de sectores con un alto nivel de oportunidades tecnológicas y apropiabilidad como el sector de la biotecnología.

B. Las marcas y otros signos distintivos

24. En cuanto a la importancia de las *marcas* y otros signos distintivos para las PYME, se observa que tanto las PYME industriales como las del sector agrícola o el sector de servicios, con independencia de la talla y de si tienen o no capacidad innovadora, utilizan signos distintivos (o marcas) para diferenciar sus bienes y servicios de los de la competencia. Mientras nadie ignora la importancia que reviste la marca como eje fundamental de la estrategia de *marketing* de una empresa, no siempre las PYME aprecian suficientemente la importancia del registro de la marca para obtener derechos exclusivos sobre su utilización y explotación. Para poder crecer y mantenerse competitivas, las PYME deben invertir en promocionar sus marcas y así aumentar la apreciación y reconocimiento de sus productos por parte de los consumidores. El registro de la marca es fundamental para proteger dichas inversiones y evitar que competidores utilicen marcas similares que puedan causar confusión en el mercado y/o causar desprestigio a la marca. Por otra parte, para que una marca pueda realmente ser considerada un activo de una empresa es crucial que la empresa pueda demostrar que es titular de ese activo y que tiene exclusividad sobre su explotación.

25. Un aspecto que merece particular atención es el potencial que ofrecen las *marcas colectivas*, *las marcas de certificación* y *las denominaciones de origen* para las PYME de la región.

26. Con independencia de la calidad de los productos de una empresa, acceder a los comercios de venta, los mercados locales y las redes de distribución, y conseguir que los

[Continuación de la nota de la página anterior]

Relations, documento de la OMPI disponible en el portal PYME de la OMPI
<http://www.wipo.int/sme>.

consumidores conozcan los productos requiere una inversión considerable que puede sobrepasar el presupuesto de muchas empresas. Este problema es aún más evidente cuando se trata de microempresas con pocos recursos y capacidad limitada para promocionar sus productos y establecer una imagen de marca que les permita obtener reconocimiento en el mercado. Las *marcas colectivas* permiten la utilización de una misma marca por parte de un grupo de empresas que ofrecen un producto o servicio con determinadas características. A través de la utilización de una marca colectiva, grupos de microempresarios pueden conseguir mayor reconocimiento en el mercado para los productos de todos los miembros de la asociación titular del derecho y obtener así un acceso mayor a mercados locales y, eventualmente, internacionales. La necesidad de establecer criterios y/o normas para la utilización de la marca colectiva crea, además, un incentivo para estandarizar productos y procesos de producción y asegurarse que la calidad de los productos comercializados con la marca colectiva cumplan con ciertos requisitos básicos.

27. Como en el caso de las denominaciones de origen, las marcas colectivas permiten, asimismo, promocionar productos que, por la ubicación geográfica, el clima o el método de producción tienen características similares, como pueden ser determinados productos agrícolas y/o artesanales. Este tipo de instrumentos ha sido utilizado para fomentar el desarrollo de determinadas regiones permitiendo a las PYME locales mancomunar esfuerzos para la comercialización de ciertos productos regionales.¹⁶

28. El fomento de la “asociatividad” se ha convertido en uno de los pilares de las políticas de promoción de las PYME en varios países de la región (véanse, por ejemplo, los programas de actividades de la SEPYME, SEBRAE y FUNDAPYME)¹⁷ y las marcas colectivas y las denominaciones de origen, son instrumentos de gran utilidad para promover la asociatividad y ayudar a las PYME a obtener acceso a mercados.

C. Las PYME y las industrias culturales

29. Las PYME que operan en las industrias culturales, definidas “*como aquellas que combinan la creación, la producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza*” (UNESCO), merecen particular atención ya que han adquirido un elevado valor económico en la economía basada en la información y los conocimientos, y representan un sector en el que la propiedad intelectual, principalmente el derecho de autor y los derechos conexos, es de vital importancia para su prosperidad y subsistencia.

30. El reconocimiento de la importancia económica que han adquirido las industrias protegidas por el derecho de autor es un fenómeno reciente que ha sido, en los países desarrollados, objeto de varios estudios en los últimos años. En el contexto latinoamericano, el *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países del MERCOSUR y Chile*, recientemente publicado por la OMPI, fue pionero en determinar la importancia real de estos sectores en cuanto a su contribución al PBI, el empleo y el comercio exterior. Aunque la

¹⁶ L. ALONSO GARCÍA MUÑOZ-NÁJAR, documento WIPO/IP/MIL/01/2(A) disponible en: http://www.wipo.int/eng/meetings/2001/ip_milan/pdf/ip_mil01_2a.pdf

¹⁷ Ver, por ejemplo: <http://www.sepyme.gov.ar/novedades/brasil.htm> y C. Romero (FUNDAPYME), “El Salvador: La asociatividad empresarial entre las PYMES”, disponible en: <http://www.iberpymeonline.org/noticias.asp?step=1&id=147>

situación varía de un país al otro, en el estudio se llegó a la conclusión de que la participación de las industrias protegidas por derecho de autor y los derechos conexos en el valor agregado del MERCOSUR y Chile en su conjunto es del 6%. Esos datos demuestran que a la reconocida importancia intrínseca y cultural que tiene el sector debe agregársele una fuerte relevancia económica. Además, en el estudio se concluyó que el empleo generado por las actividades protegidas por el derecho de autor varía entre un 3% y un 5%. También se pone en evidencia que el sector es fuertemente deficitario en cuanto al comercio exterior, lo que ha llevado a un importante desarrollo de las empresas que se ocupan de la distribución de obras protegidas por derecho de autor, pero cierta carencia, en términos económicos, en el desarrollo del sector de la creación y producción de obras protegidas por el derecho de autor.

31. El sector de las pequeñas y medianas empresas participa activamente en las industrias culturales tanto en la creación de obras y productos protegidos por el derecho de autor como en su distribución, publicación, difusión o interpretación.¹⁸ La proliferación de PYME creadoras de programas informáticos es tan solo un ejemplo de un sector de alto crecimiento económico que participa en la creación de productos protegidos por derecho de autor. Es fundamental que las PYME conozcan en todos sus aspectos la legislación de derecho de autor y derechos conexos, para que puedan adoptar una estrategia exitosa de comercialización, concesión de licencias y observancia de los derechos derivados de sus obras. También es importante que las empresas tengan claridad sobre la titularidad de los derechos (tanto morales como patrimoniales) en los casos en los que las obras hayan sido creadas por los empleados de una empresa o por consultores externos contratados por una empresa. Por último, es fundamental el desarrollo y fortalecimiento de las sociedades de gestión colectiva, que facilitan la concesión/obtención de licencias sobre las obras protegidas por derecho de autor.

D. Conclusiones generales

32. Las oportunidades concretas que ofrece el sistema de propiedad intelectual a las PYME depende considerablemente de las características específicas de cada una y el contexto competitivo y sector en el que operen. Lo fundamental es tomar conciencia de que las PYME pueden beneficiarse de diferentes aspectos del sistema de propiedad intelectual según su talla y su nivel tecnológico y en función de sus necesidades específicas. Mientras que la protección por patente es una opción para aquellas empresas capaces de generar productos o procesos innovadores, los modelos de utilidad y diseños industriales son de interés para aquellas empresas que realizan modificaciones funcionales o estéticas a productos existentes, el derecho de autor es fundamental para las empresas que operan en las industrias culturales, y las marcas se aplican a todas aquellas empresas o grupos de empresas que utilizan (o podrían utilizar) algún signo distintivo para diferenciar sus productos o servicios. Asimismo, la información tecnológica contenida en documentos de patentes, hoy en día cada vez más accesible al público, puede considerarse una importante fuente de información para empresas a la hora de mejorar sus productos y procesos de fabricación o de buscar proveedores de nuevas tecnologías.

33. Para poder utilizar el sistema de manera eficaz es importante que se conozcan las ventajas que puede ofrecer y tener fácil acceso a mayor información y asesoría cuando se crea

¹⁸ Véase al respecto el documento WIPO/IP/MIL/01/3(B) presentado por Mihaly Ficsor en el Foro de Milán sobre propiedad intelectual y pequeñas y medianas empresas.

necesario. Contar con conocimientos de base sobre la propiedad intelectual ayudará a los directores de PYME y pequeños empresarios a decidir qué elementos del sistema de propiedad intelectual desean utilizar en función de las necesidades de sus empresas y del contexto competitivo en el que operan. En otras palabras, el tipo y el grado de utilización del sistema de propiedad intelectual por parte de las empresas debe decidirse sobre la base de un análisis bien fundamentado por parte de los empresarios mismos, y de un entendimiento adecuado del sistema de propiedad intelectual y no de nociones vagas o del temor a lo desconocido.

34. Asimismo, para que la propiedad intelectual pueda realmente convertirse en un instrumento de desarrollo para las PYME de la región es importante que comience a ser percibida como tal por parte de las instituciones encargadas de promover el desarrollo de las PYME, desde los ministerios competentes, hasta las cámaras de comercio, las asociaciones empresariales, las cooperativas, las incubadoras de empresas y parques tecnológicos, las instituciones de crédito y los consultores empresariales y ser incluida dentro de la gama de servicios que estas instituciones ofrecen a las PYME. Es importante que la propiedad intelectual ya no sea percibida como un instrumento jurídico de poca aplicación a la realidad empresarial sino que se incluya en una estrategia global de promoción de la competitividad de las PYME con el fin de disminuir la brecha de productividad, aumentar su nivel tecnológico y promover su capacidad exportadora. Son varios los países en el mundo donde se están realizando acciones concretas para atraer a las PYME a la propiedad intelectual bajo la convicción de que una buena utilización es cada vez más importante para afrontar los retos de la globalización. En un mundo en el que la competitividad de las empresas es determinada cada vez más por la capacidad de gestión de los activos intangibles como el *know-how*, las marcas o la tecnología, es imprescindible que los empresarios y gerentes latinoamericanos tengan conocimiento de los instrumentos de protección para utilizarlos en beneficio de sus empresas.

III. ESTRATEGIA DE LA OMPI EN RELACIÓN CON LAS PYME

35. En septiembre de 2000, en el marco del vigésimo sexto período de sesiones de la Asamblea General de la OMPI, los delegados de los Estados miembros de la OMPI aprobaron la propuesta formulada por la Oficina Internacional de reajustar el enfoque de determinadas actividades de la OMPI y de crear un nuevo programa de actividades centrado en las necesidades de propiedad intelectual de las pequeñas y medianas empresas (PYME). Esa propuesta se formuló en respuesta al frecuente desfase entre la importante contribución que aportan las PYME a la economía y el escaso uso del sistema de propiedad intelectual por parte de esas empresas. Para dar seguimiento a la decisión de la Asamblea General, en octubre de 2000, el Director General de la OMPI creó la División de Pequeñas y Medianas Empresas. En febrero de 2001, durante el “Foro de la OMPI sobre propiedad intelectual y pequeñas y medianas empresas”, organizado en cooperación con el Ministerio de Industria y Comercio Exterior del Gobierno italiano, se adoptó el Plan de Acción de Milán que estableció una orientación clara para el trabajo de la OMPI en esta esfera.

36. En ese ámbito la estrategia de la OMPI tiene un objetivo claro y primordial, a saber: ayudar a las PYME de todos los sectores a aumentar su competitividad mediante un uso más amplio y eficaz del sistema de propiedad intelectual. Con ese fin se aplica un enfoque doble, a saber: a) ayudar a las PYME a tomar decisiones bien fundamentadas sobre la forma de explotar plenamente su potencial innovador y creativo mediante un uso eficaz del sistema de

propiedad intelectual; y b) mejorar el marco normativo y entorno comercial a fin de que favorezcan el uso del sistema de propiedad intelectual por parte de las PYME.

37. En la estrategia de la OMPI se parte de la base de que la propiedad intelectual es una herramienta fundamental para el desarrollo de un sector dinámico y competitivo de pequeñas y medianas empresas. Al mismo tiempo, se considera que el logro del objetivo de la OMPI requiere la mancomunación de políticas de propiedad intelectual relativas a las PYME con una amplia variedad de políticas en varias esferas, encaminadas a promover el auge de ese sector. Por consiguiente, en toda estrategia encaminada a promover el uso del sistema de propiedad intelectual por parte de las PYME debe tenerse en cuenta el marco global de asistencia y apoyo a las PYME proporcionado por las instituciones gubernamentales, las ONG, las organizaciones internacionales, las empresas de consultoría y otras instituciones.

38. Una de las piedras angulares de la estrategia de la OMPI en relación con las PYME es exponer la utilidad del sistema de propiedad intelectual desde la perspectiva de los círculos comerciales. Al analizar las necesidades y preocupaciones de las PYME en el ámbito de la propiedad intelectual, lo primero que se tiene en cuenta son las necesidades y limitaciones generales con que se enfrentan las PYME en sus actividades comerciales, con miras a determinar de qué forma puede el sistema de propiedad intelectual ayudar a esas empresas a responder a dichas necesidades. Para promover una toma de conciencia sobre los beneficios que pueden extraerse del sistema de propiedad intelectual es necesario convencer a los empresarios, los directores, los inversionistas y los consultores comerciales de que la propiedad intelectual es más que una cuestión jurídica secundaria a la hora de ayudar a una empresa a avanzar en el logro de sus prioridades comerciales más importantes. Se trata de determinar de qué forma puede ayudarse a las PYME, mediante una estrategia eficaz de propiedad intelectual, a hacer frente a problemas comunes como:

- la movilización de fondos;¹⁹
- la necesidad de aumentar el valor de mercado de la firma;²⁰
- la comercialización de productos y servicios;²¹
- la búsqueda de asociados y proveedores;
- la exportación;²²
- la adquisición de tecnología;²³ y
- la promoción de transacciones comerciales en Internet.²⁴

¹⁹ Véase: http://www.OMPI.int/sme/es/ip_business/finance/ip_assets_financing.htm

²⁰ Véase: http://www.OMPI.int/sme/es/ip_business/ip_asset/sme_market_value.htm

²¹ Véase: http://www.OMPI.int/sme/es/ip_business/marketing/marketing.htm

²² Véase: http://www.OMPI.int/sme/es/ip_business/export/export_opportunities.htm

²³ Véase: http://www.OMPI.int/sme/es/ip_business/patents/patent_information.htm y http://www.OMPI.int/sme/es/ip_business/licensing/licensing.htm

²⁴ Ver: http://www.wipo.int/sme/es/e_commerce/index.htm

39. Durante el primer bienio de actividad de la División de Pequeñas y Medianas Empresas, las actividades se centraron en: a) el establecimiento de una red de contactos con actores e instituciones, tanto públicas como privadas, encargadas de la promoción del desarrollo de las PYME y de la promoción de la propiedad intelectual; b) la recopilación y diseminación de información sobre actividades y servicios de promoción de la utilización de la propiedad intelectual por parte de las PYME; c) la creación de material divulgativo y su difusión principalmente por Internet; d) la organización y participación en talleres y seminarios, tanto nacionales como regionales, para promover la utilización de la propiedad intelectual por parte de las pequeñas y medianas empresas; y e) la contribución con información relativa a la propiedad intelectual en publicaciones, seminarios, programas y políticas para PYME desarrolladas por instituciones asociadas.

A. Actividades sobre propiedad intelectual destinadas a las PYME de América Latina

40. Durante el año en curso, se realizaron las siguientes actividades en América Latina:

– *Taller de la OMPI sobre Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) y Propiedad Industrial*, Río de Janeiro (Brasil), 9 y 10 de abril, 2002. Reunión organizada con el objetivo de discutir políticas y estrategias para promover una utilización más amplia y eficaz del sistema de propiedad intelectual por parte de las PYME. Participaron en el taller un representante de cada oficina de propiedad industrial de los países del MERCOSUR, un representante del principal ente de promoción de las PYME de cada país, y un representante del sector privado (PYME) de cada país. El informe sobre el taller está disponible en: http://www.ompi.int/sme/es/activities/meetings/rio_02/pi_rio02_4.pdf

– *Seminarios Nacionales sobre el Aprovechamiento del Sistema de la Propiedad Industrial para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME)*, México, 27 y 28 de agosto, 2002. Los seminarios fueron organizados en el marco de la Semana PYME de la Secretaría de Economía en colaboración con el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) y *Licensing Executives International* (LES).

– *Taller de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Pequeñas y Medianas Empresas*, San Salvador (El Salvador), 16 y 17 de septiembre de 2002. Taller organizado en el contexto de la Semana de la Inventiva del Consejo Nacional de Registro, y que contó con la participación de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). El programa y los documentos están disponibles en: http://www.wipo.int/sme/es/activities/meetings/elsalvador_02/index.htm

– *Taller de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Pequeñas y Medianas Empresas*, Tegucigalpa (Honduras), 19 y 20 de septiembre de 2002. Taller de divulgación para PYME e instituciones de apoyo a las PYME organizado en cooperación con la Dirección General de Propiedad Intelectual (DIGEPIH) y la Dirección General de Fomento a la Micro y Mediana Empresa y Sector Social de la Economía (MIPYME). El programa y los documentos están disponibles en: http://www.wipo.int/sme/es/activities/meetings/honduras_02/index.htm

– *Taller de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Pequeñas y Medianas Empresas*, Managua (Nicaragua), 23 y 24 de septiembre de 2002 organizado en colaboración con el Registro de la Propiedad Intelectual (RPI), el Instituto Nicaragüense de la Pequeña y Mediana Empresa y el Consejo Nicaragüense de Ciencia y Tecnología (CONICYT). El programa y los

documentos están disponibles en:

http://www.wipo.int/sme/es/activities/meetings/nicaragua_02/index.htm

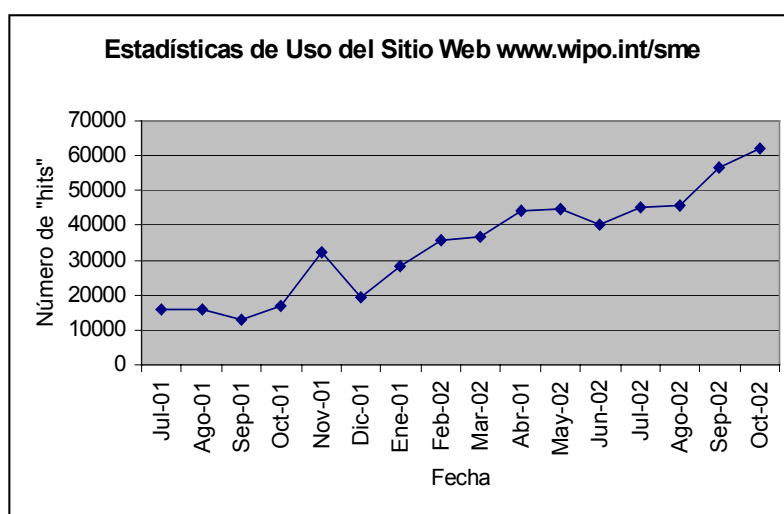
B. Portal PYME de la OMPI

41. En diciembre de 2001 fue inaugurado el portal PYME de la OMPI en español. En el portal se exponen respuestas a algunas preguntas prácticas sobre la propiedad intelectual, utilizando un lenguaje sencillo y adaptado al usuario. El sitio Web cuenta ya con más de 300 páginas de información, asesoramiento, documentos y enlaces sobre varias cuestiones de interés para los pequeños y medianos empresarios, los directores de empresa, las instituciones que brindan apoyo a las PYME, los inversores y los consultores comerciales.

42. El sitio Web se elaboró en un intento de llegar al mayor número posible de PYME y de instituciones de apoyo a las PYME, con un mínimo de costos y utilizando un lenguaje de fácil lectura. Los lectores pueden así seleccionar rápidamente la información que precisan y tienen la posibilidad de remitirse a los enlaces para un examen más detenido de determinadas cuestiones. Por último, la publicación en Internet ofrece la posibilidad de actualizar la información con regularidad y de mantener a los lectores informados acerca de la última actualidad.

43. En cuanto a las desventajas de esa iniciativa cabe destacar el limitado alcance de Internet en numerosos países, y por consiguiente, la imposibilidad de llegar a un gran número de lectores potenciales. Asimismo, habida cuenta de la índole internacional de la información que se suministra, hay suficiente margen para una adaptación nacional del sitio Web al sistema jurídico institucional local. La OMPI exhorta a las oficinas nacionales de propiedad intelectual y otras instituciones a utilizar el material y adaptarlo a las necesidades de los empresarios nacionales y está dispuesta a prestar asesoramiento, orientación y otro apoyo en ese sentido.

44. Aunque resulta difícil medir el impacto real del portal, el siguiente cuadro permite analizar la utilización del sitio.



45. Por otra parte, el número de sitios Web que han establecido enlaces directos con el portal PYME de la OMPI o que han publicado en sus sitios o en sus boletines parte del material contenido en el portal PYME de la OMPI da a entender que la aceptación del sitio ha

ido aumentando a lo largo del año. Se considera, sin embargo, que aún hay mucho trabajo por realizar para que el sitio realmente represente un punto de referencia sobre la propiedad intelectual para las PYME e instituciones de apoyo a las PYME en el mundo entero.

46. Sobre la base del Portal PYME de la OMPI se realizó el CD-ROM de la OMPI sobre Propiedad Intelectual para PYME, que ha sido distribuido a todas las oficinas de propiedad industrial, oficinas de derecho de autor, y departamentos encargados de las PYME en los gobiernos de los Estados miembros de la OMPI. Además se ha distribuido el CD-ROM en seminarios y reuniones de la OMPI y de otras instituciones asociadas.

47. El *Boletín de noticias sobre propiedad intelectual y PYME*, distribuido únicamente de manera electrónica comenzó a publicarse en julio de 2001 (en español a partir de enero de 2002) y es enviado mensualmente a todos aquellos que se hayan suscrito a través de la página principal del portal PYME. El boletín contiene información sobre artículos, documentos, guías prácticas, enlaces, estudios de caso, prácticas óptimas y otra información que pueda ser de interés para las PYME, las oficinas de propiedad intelectual y a las instituciones de apoyo a las PYME. La publicación del boletín de noticias por varias instituciones asociadas y el número crecientes de abonados han puesto en evidencia del interés que ha generado el servicio.

C. Publicaciones y material de divulgación

48. Otra de las esferas en las que la OMPI ha emprendido iniciativas ha sido la de la elaboración de documentos sobre distintos aspectos de la propiedad intelectual relacionados con las PYME. En particular, se están creando guías prácticas para PYME, con ejemplos, dibujos y cuadros que explican las bases de cada uno de los principales derechos de propiedad intelectual y su utilidad para las PYME. La finalidad es colaborar con las oficinas de propiedad industrial y derecho de autor para adaptar dichas guías al contexto específico de cada país.

49. A través de la cooperación estrecha con otros organismos, tanto nacionales como internacionales, como el Centro Comercial Internacional, la ONUDI, y la OIT, se están realizando actividades de promoción, investigación y creación de material de divulgación, dirigidas a sectores específicos como el sector artesanal, el sector de las industrias culturales, el sector textil, la industria del juguete y el sector de la maquinaria industrial.

D. Actividades futuras

50. La experiencia acumulada por la OMPI a lo largo de los últimos años y, en particular, a lo largo del primer bienio de actividades de la División de PYME ha permitido una inicial evaluación de las actividades que se han realizado y una reflexión sobre las necesidades y oportunidades que se presentan para actividades futuras.

51. En primer lugar, se considera que una *mayor vinculación con instituciones tanto nacionales como internacionales* que se ocupan de la promoción de las PYME o de actividades relacionadas con la propiedad intelectual, es fundamental para poder alcanzar los objetivos prefijados. En este sentido, la OMPI deberá seguir esforzándose por aumentar el conocimiento de la propiedad intelectual por parte de las organizaciones empresariales, las

cámaras de comercio, las instituciones financieras y otros organismos encargados de promover el desarrollo de las PYME.

52. En segundo lugar, *Internet* continuará siendo una herramienta fundamental para la difusión de material sobre propiedad intelectual para las PYME y las organizaciones de apoyo a las PYME. Los esfuerzos en este sentido se centrarán en promover la utilización del portal PYME así como en actualizar y mejorar la información que ahí se presenta para que realmente pueda convertirse en un punto de referencia sobre la propiedad intelectual para las PYME e instituciones de apoyo a las PYME en el mundo entero. En este contexto también se tiene programada la creación de un programa de enseñanza a distancia sobre propiedad intelectual para PYME en colaboración con la Academia Mundial de la OMPI.

53. En tercer lugar, se seguirá colaborando estrechamente con las oficinas nacionales de propiedad industrial y de derecho de autor, así como con cámaras empresariales, departamentos de promoción de las PYME en los gobiernos nacionales, asociaciones de PYME, centros de transferencia de tecnología, incubadoras de empresas y proveedores de servicios a las PYME, en la promoción de la propiedad intelectual a través de *seminarios de divulgación, talleres prácticos, material divulgativo adaptado al contexto nacional, misiones de expertos, elaboración de sitios Web o productos multimedios, recopilación y diseminación de información sobre experiencias de PYME y de instituciones de apoyo* y otras actividades de divulgación en función de las necesidades de los países.

54. En cuarto lugar, se emprenderán *proyectos pilotos* de promoción de aspectos específicos de la propiedad intelectual, en colaboración con las autoridades nacionales. Éstos se realizarán principalmente en dos esferas clave:

- i) la promoción de las marcas colectivas y denominaciones de origen; y
- ii) el establecimiento de centros de información de propiedad intelectual en las cámaras de comercio y/u otras instituciones que proveen servicios a las PYME (por ejemplo, las incubadoras de empresas).

55. Ambas propuestas se encuentran aún en fase de estudio pero la idea de realizar proyectos que puedan tener un impacto directo y medible en la competitividad de las PYME y que podrían servir de modelo para otros países y/o regiones.

56. En quinto lugar, se tratará de reforzar las *actividades de estudio e investigación*, tanto para evaluar el actual uso del sistema de la propiedad intelectual por parte de las PYME y los obstáculos a los que las mismas se ven enfrentadas, como para recabar información y elaborar estudios sobre modalidades para la valorización de los activos de propiedad intelectual, la transferencia de tecnología de universidades a empresas, el papel de la propiedad intelectual en la financiación de las empresas y otros temas que están adquiriendo una importancia cada vez mayor, a medida que las PYME se acercan a la propiedad intelectual.

57. En sexto lugar, a la par de las iniciativas de promoción en el sector PYME en su conjunto, se tratará de respaldar las *actividades encaminadas a sectores específicos*, como el sector artesanal, el sector textil, el sector de las industrias culturales y/o el sector de la biotecnología.

E. Recopilación de “prácticas óptimas”

58. Una de las actividades de la División de Pequeñas y Medianas Empresas de la Oficina Internacional de la OMPI consiste en recopilar información sobre políticas, programas y estrategias adoptadas por varias instituciones alrededor del mundo con miras a ayudar a las PYME en la utilización del sistema de la propiedad intelectual. Esta actividad tiene como objetivo identificar experiencias que hayan tenido un impacto real en acercar el sistema de la propiedad intelectual a las PYME. Dichas experiencias son divulgadas para facilitar la interacción entre las instituciones que se ocupan de dichas actividades y para que éstas experiencias puedan servir de modelo y ser adaptadas a los contextos económicos e institucionales de otros países.

59. En los meses de Mayo y Junio 2001, la Oficina Internacional de la OMPI envió un cuestionario a las oficinas de propiedad intelectual, las entidades gubernamentales de coordinación en materia de PYME, las cámaras de comercio, y otras instituciones en el que se solicitaba información sobre las actividades realizadas por cada institución en relación con la promoción de la utilización de la propiedad intelectual por parte de las PYME. Al cuestionario, siguieron una serie de contactos, tanto formales como informales, con las instituciones para obtener mayor información sobre las iniciativas y conocer los resultados obtenidos.

60. De la recopilación de “prácticas óptimas” pueden hacerse algunas observaciones de carácter general sobre las tendencias en este campo. En primer lugar, a la función tradicional de las oficinas de propiedad intelectual en el área de registro de derechos de propiedad intelectual se complementa cada vez más una serie de servicios adicionales, en especial servicios de información y promoción encaminados a los usuarios actuales y potenciales del sistema de propiedad intelectual y, en particular, a las PYME. El Sr. Tschudin del Instituto Federal Suizo de la Propiedad Intelectual describe la nueva función del Instituto Federal Suizo como la de un “proveedor de servicios” al sector empresarial. Los servicios que se proveen ya no se limitan a servicios de registro sino que responden a necesidades más amplias del sector empresarial²⁵. La Lic. Nora Pérez Rodríguez del Departamento de Información de la Oficina Cubana de Propiedad Industrial (OCPI) habla de un “cambio radical” en la misión de las oficinas de propiedad industrial que han decidido incrementar sus servicios informativos para el público especializado.²⁶ En Australia, la Oficina de Propiedad Intelectual creó, en 1996, un departamento de *Marketing* con el objetivo de realizar actividades de promoción y formación dirigidas al público en general, con especial atención a las PYME.

61. En segundo lugar, los entes gubernamentales que se ocupan de promover el desarrollo de las PYME han comenzado, en algunos países, a dar mayor importancia a la propiedad intelectual incluyendo temas relacionados con la propiedad intelectual en algunas de sus actividades y servicios para PYME. Esto ha sucedido, sobretodo, en los siguientes tipos de programas: a) programas de promoción de la innovación; b) programas sectoriales que miran a promover el desarrollo de determinados sectores considerados prioritarios; c) programas de promoción de la exportación; d) programas y cursos de formación para empresarios sobre varios aspectos de la gestión empresarial; y e) fondos establecidos para fomentar la investigación y desarrollo y la transferencia de tecnología por parte de las PYME. La inclusión de servicios de información tecnológica, de módulos de propiedad intelectual en

²⁵ R. Tschudin, presentación del 21 de marzo de 2002 en la Oficina Internacional de la OMPI en Ginebra, Suiza.

²⁶ Departamento de la Información, Servicio especializado al sector empresarial, apoyo a la innovación tecnológica y comercial de la empresa cubana, Junio 2001, Cuba.

programas de formación de empresarios, de guías prácticas para PYME sobre la propiedad intelectual y otras iniciativas de este tipo, han permitido que la propiedad intelectual ya no sea percibida como un tema aislado de poca importancia para las PYME sino como un componente importante dentro del paquete de servicios que ofrecen dichas instituciones a las PYME.

62. En tercer lugar, la cooperación creciente entre los varios organismos que se ocupan de brindar apoyo a las PYME, o que participan en el Sistema Nacional de Innovación, como las universidades, los centros de investigación, las oficinas de propiedad industrial, las oficinas de derecho de autor, las incubadoras, las cámaras de comercio, las asociaciones empresariales, las asociaciones de inventores, y los fondos de capital a riesgo, ha permitido, en algunos casos, abordar el tema de la propiedad intelectual para PYME dentro de un marco más amplio de la promoción del desarrollo de las PYME y con una mayor coordinación entre las instituciones.

63. Las iniciativas de las instituciones que respondieron al cuestionario en el área de promoción de propiedad intelectual en las PYME fueron agrupadas en seis categorías generales. A continuación figura una lista no exhaustiva de los tipos de actividades mencionadas:

- i) iniciativas de sensibilización y formación en materia de propiedad intelectual:
 - seminarios de sensibilización destinados a empresarios;
 - guías de propiedad intelectual y otro material de información sobre la propiedad intelectual destinados a las PYME;
 - sitios Web con información práctica y/o programas de enseñanza a distancia sobre propiedad intelectual destinados a empresarios;
 - recopilación y difusión de estudios de caso en los que se exponen ejemplos de buenos resultados obtenidos por PYME que utilizan el sistema de propiedad intelectual;
 - prestación de asesoramiento a solicitantes sobre cuestiones administrativas relativas al proceso de presentación de solicitudes (por ejemplo, servicios de asistencia al usuario como parte de las oficinas de propiedad intelectual);
 - promoción de las marcas colectivas, marcas de certificación e indicaciones geográficas para sectores específicos de PYME;
 - asistencia a cámaras de comercio y/o incubadoras de empresa para la provisión de servicios de propiedad intelectual a sus clientes;
 - productos multimedios (por ejemplo, CD-ROM) con información y asesoramiento sobre la gestión de activos de propiedad intelectual;
 - participación en ferias comerciales, publicación de artículos en revistas de negocios y otras actividades de promoción;
 - programas mensuales de radio y/o televisión sobre cuestiones relativas a la propiedad intelectual y la innovación;
 - inclusión de la propiedad intelectual en los programas nacionales de formación de empresarios; y
 - visitas a las PYME.
- ii) servicios de información tecnológica:
 - organización regular de talleres destinados a empresarios, sobre la forma de utilizar los servicios de información sobre patentes;

- acceso gratuito a las bases de datos sobre propiedad intelectual en línea;
- prestación de servicios de información tecnológica a las PYME a precio reducido; y
- establecimiento de centros de información tecnológica o ramas descentralizadas de las oficinas de propiedad intelectual para suministrar información tecnológica.

iii) asistencia financiera:

- asistencia financiera a las PYME para patentar sus productos innovadores;
- reducciones de tasas para las PYME que deseen obtener derechos de propiedad intelectual; y
- colaboración entre las oficinas de propiedad intelectual y asociaciones de abogados de patentes en la prestación de asesoramiento jurídico gratuito a las PYME.

iv) servicios personalizados de asesoramiento en materia de propiedad intelectual:

- asistencia en materia jurídica y de gestión a las empresas, sobre la forma de gestionar sus activos de propiedad intelectual y de elaborar una estrategia de propiedad intelectual;
- asistencia jurídica sobre el uso de las marcas colectivas, las marcas de certificación y las indicaciones geográficas por parte de las pequeñas empresas;
- proyectos piloto sobre la gestión de la propiedad intelectual en un grupo seleccionado de empresas; y
- asistencia para la creación de marcas o signos distintivos.

v) asistencia para la transferencia de tecnología:

- asistencia en la identificación de tecnologías utilizando la información contenida en documento de patentes;
- creación de bases de datos sobre tecnologías que pueden ser objeto de licencia (por ejemplo, mercados virtuales de propiedad intelectual en línea);
- herramientas para la evaluación de activos de propiedad intelectual;
- ferias comerciales sobre tecnologías que pueden ser objeto de licencia, que sean un punto de encuentro entre titulares de licencias y licenciantes; y
- asesoramiento en las negociaciones de licencias.

vi) establecimiento de vínculos de colaboración entre instituciones:

- colaboración entre oficinas de propiedad intelectual y otras instituciones que prestan servicios a las PYME, como las cámaras de comercio, las incubadoras empresariales, los centros de investigación y los parques científicos con miras a la inclusión de la propiedad intelectual en una gama más amplia de servicios para las PYME; y

- colaboración con universidades y centros de investigación pública para el establecimiento de oficinas de licencias tecnológicas, para la promoción de empresas que comercialicen los resultados indirectos de la I+D y para la inclusión de cuestiones de propiedad intelectual en los diplomas técnicos y de gestión, etcétera.

[Sigue el Anexo I]

OMPI/IP/MIL/01/5

ORIGINAL: Inglés

FECHA: Febrero de 2001



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO EXTERIOR

ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

FORO DE LA OMPI SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

organizado por
la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

y
el Ministerio de Industria y Comercio Exterior
del Gobierno italiano

Milán (Italia), 9 y 10 de febrero de 2001

PLAN DE ACCIÓN DE MILÁN

adoptado en el Foro de Milán

El Foro de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Pequeñas y Medianas Empresas, reunido en Milán los días 9 y 10 de febrero de 2001 por invitación del Gobierno italiano y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), con el fin de abordar el tema de la mejora de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (las PYME) mediante una utilización óptima del sistema de la propiedad intelectual;

Reconociendo que las PYME desempeñan una función fundamental en la creación de empleo, en las inversiones y las exportaciones, y contribuyen enormemente al crecimiento económico nacional,

Observando que las PYME de todo el mundo constituyen agentes innovadores con una gran capacidad creativa, y han sido el motor de muchos adelantos tecnológicos,

Tomando en consideración el hecho de que las PYME forman un grupo heterogéneo con muchas diferencias entre sí en función del sector comercial en el que se inscriben, de sus bienes de capital, su capital de explotación, su capacidad tecnológica y sus activos de propiedad intelectual,

Considerando que las PYME pueden mejorar significativamente su competitividad, sus oportunidades de exportación, sus cuotas de mercado y el valor global de mercado, mediante la comercialización y gestión eficaces de su propiedad intelectual,

Consciente del hecho de que las PYME pueden beneficiarse significativamente de la infinidad de datos tecnológicos disponibles en las bases de datos sobre patentes, evitando de esta forma duplicar los esfuerzos de I+D, y emplear esa información en la elaboración de nuevos productos, procedimientos y servicios, así como en la concertación de acuerdos de licencia,

Consciente también de que las PYME, en particular las de los países en desarrollo y de los países menos adelantados, no suelen explotar suficientemente el potencial que les ofrece el sistema de la propiedad intelectual para aumentar su competitividad, su capacidad innovadora y el acceso a los mercados,

Reconociendo que la utilización insuficiente del sistema de la propiedad intelectual puede deberse en gran medida a la falta de información sobre la forma de adquirir y administrar con eficacia los activos de propiedad intelectual y la información tecnológica; a la falta o carencia de servicios relacionados con la propiedad intelectual en las instituciones que apoyan a las PYME; así como a la noción de que el sistema de la propiedad intelectual es complejo, lento y oneroso, por lo que las PYME tienen dificultades para la adquisición, el mantenimiento, la observancia y el ejercicio de sus derechos de propiedad intelectual tanto en el comercio nacional como internacional,

Tomando en consideración las recomendaciones inscritas en la Carta de Bolonia sobre políticas relativas a las PYME, adoptada en Bolonia (Italia) el 15 de junio de 2000 por la Conferencia Ministerial sobre “El aumento de la competitividad de las PYME en la economía mundial: estrategias y políticas”, organizada por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y el Gobierno italiano;

Recomienda que se tomen las medidas siguientes para que las PYME puedan beneficiarse plenamente del sistema de la propiedad intelectual:

1. Fortalecer la interacción de las PYME con las instituciones y asociaciones de apoyo a las PYME, los gobiernos y las oficinas nacionales de propiedad intelectual, la OMPI y demás organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales pertinentes, con miras a señalar las necesidades de las PYME y facilitar la ejecución de actividades específicas destinadas a abordar las necesidades en propiedad intelectual de cada sector o grupo;
2. Apoyar los esfuerzos nacionales e internacionales para integrar aún más las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual en programas e iniciativas que tengan por objetivo el fomento de la capacidad tecnológica e innovadora de las PYME, así como su potencial de exportación;
3. Aumentar la sensibilización y el entendimiento en torno a las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual en el sector de las PYME, en particular, mediante campañas de sensibilización y programas específicos de formación que empleen, de la mejor manera posible, las modernas tecnologías de información y comunicación, de modo que permitan consolidar la capacidad de las PYME para sacar el mayor provecho de la utilización del sistema de la propiedad intelectual;
4. Alentar la creación y el fortalecimiento de los servicios relacionados con la propiedad intelectual, en particular, los servicios de información jurídica y tecnológica, así como también en el seno de las instituciones de apoyo a las PYME, como las cámaras de comercio e industria, las incubadoras de empresas y los parques tecnológicos;
5. Prestar asesoramiento, por parte de la OMPI y demás organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales y las oficinas de propiedad intelectual, sobre la introducción de las cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual en los programas de estudios de universidades e instituciones de enseñanza técnica y superior, y fortalecer los vínculos entre las PYME, las universidades y las instituciones de I+D, mediante los mecanismos adecuados que permitan lograr una mayor sinergia en las actividades conjuntas de investigación, y una tasa más elevada de comercialización de los resultados de dichas actividades;
6. Promover la utilización del arbitraje, la mediación y otros mecanismos alternativos de solución de controversias, para que la observancia de los derechos de propiedad intelectual sea más rentable;
7. Ayudar a las oficinas de propiedad intelectual y a las instituciones de apoyo de las PYME a crear servicios relacionados con la propiedad intelectual centrados específicamente en las PYME, como por ejemplo el asesoramiento jurídico y los servicios de información en materia de propiedad intelectual, empleando a tales fines las bases de datos de propiedad intelectual;
8. Apoyar los esfuerzos de las estructuras nacionales para reducir los costos de adquisición, mantenimiento y observancia de los derechos de propiedad intelectual, velando a la vez por un alto nivel de calidad y seguridad de los derechos;

9. Consolidar los programas de actividades de la OMPI en favor de las PYME, con el propósito, en particular, de:
- prestar asesoramiento a los gobiernos para que tengan en cuenta las necesidades específicas de las PYME en sus políticas de propiedad intelectual;
 - informar a las PYME sobre la mejor forma de utilizar el sistema de la propiedad intelectual, y de explotar sus conocimientos tecnológicos, mediante la valorización y comercialización de los derechos de propiedad intelectual; y
 - obrar para que el acceso a los conocimientos tecnológicos sea más fácil y menos costoso para las PYME a escala mundial.

[Sigue el Anexo II]

ANEXO II

“PRÁCTICAS ÓPTIMAS”

En este Anexo se expone un resumen de la experiencia de algunos países en la prestación de servicios de propiedad intelectual a las PYME. La información se basa en las respuestas recibidas al cuestionario circulado por la OMPI en mayo y junio del 2001.

I. “PRÁCTICAS ÓPTIMAS” EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

1. Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) – Brasil

Con el fin de promover el uso de la propiedad intelectual por parte de las PYME el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial de Brasil (INPI) ofrece los siguientes servicios e incentivos:

- descuento del 50% para la solicitud de marcas, para el registro de contratos de transferencia de tecnología y para los servicios de información tecnológica;
- descuento del 60% para la solicitud de patentes; e
- información sobre los procedimientos para la obtención de derechos de propiedad intelectual en la página Web del INPI.

Asimismo, el INPI ha iniciado un programa de actividades en colaboración con el *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas* (SEBRAE) y con incubadoras tecnológicas. Por último, el INPI, conjuntamente con una organización sin fines de lucro, está elaborando guías de propiedad intelectual para PYME.

Para más información, remítase a: www.inpi.gov.br

2. Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI), Cuba

A través del Servicio Especializado al Sector Empresarial (SESE), la Oficina Cubana para la Propiedad Industrial (OCPI) ofrece un paquete de servicios de información y asesoría a las PYME. Estos servicios consisten en:

- búsquedas sobre el estado de la técnica;
- adiestramiento y asesoramiento en materia de propiedad industrial;
- propuestas y asesoramiento para la selección de marcas, nombres y lemas comerciales;
- investigaciones sobre marcas y otros signos distintivos;
- diagnóstico de la actividad de propiedad industrial en la empresa;

- asesoramiento para la implantación del Sistema Nacional de la Propiedad Industrial en el ámbito de la empresa; y
- cursos y conferencias.

Para más información, remítase a: www.ocpi.cu

3. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), México

El Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI) desarrolla una amplia gama de actividades y ofrece una serie de servicios e incentivos para facilitar y promover el uso del sistema de la propiedad intelectual por parte de las PYME. Tales actividades y servicios incluyen:

- descuento del 50% en las tarifas correspondientes al trámite de patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados y servicios de información tecnológica;
- seminarios, talleres y cursos para empresarios y información en la página Web del IMPI;
- guías de usuario de distribución gratuita sobre patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, signos distintivos y productos y servicios de información tecnológica;
- convenios con universidades y empresas para la distribución de información sobre la materia;
- establecimiento de oficinas regionales y de centros regionales de patentamiento para difundir información tecnológica y brindar asesoría en la presentación de solicitudes de patentes; y
- promoción de las denominaciones de origen.

Para más información, remítase a: www.impi.gob.mx

4. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), Perú

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) publicó recientemente en su página Web un documento titulado “La oferta de servicios del INDECOPI a las PYME” en el que, entre otros aspectos, se describen los servicios que las distintas áreas del INDECOPI brindan a las PYME en materia de propiedad intelectual, a saber:

- asesoría legal para todos los clientes que lo soliciten;

- promoción de las marcas colectivas para PYME a través de la difusión de los diversos mecanismos de registro, asesoría legal y orientación para la elaboración de reglamentos;
- concursos de inventores;
- colaboración con empresas privadas en eventos de promoción de la creatividad de las empresas tales como Creatividad Empresarial (con la Universidad Privada de Ciencias Aplicadas) o Creer para Crear (con el PROBIDE); y
- otras actividades de difusión tales como presentaciones en medios de comunicación masivos (radio) y charlas dirigidas a grupos específicos.

Para más información, remítase a: www.indecopi.gob.pe/

5. Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI), Venezuela

Las actividades del Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual de Venezuela (SAPI) que miran a promover el uso del sistema de la propiedad intelectual por parte de las PYME son las siguientes:

- participación en las políticas de desarrollo de los parques industriales del país a través de seminarios, charlas y concursos para incentivar la creatividad de las PYME;
- creación de unidades descentralizadas del SAPI para la diseminación de información sobre la propiedad intelectual;
- acuerdo con Fedeindustria con el objetivo de desarrollar una campaña de educación y divulgación de los derechos de propiedad intelectual; y
- elaboración de un proyecto de convenio con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para el entrenamiento de docentes de propiedad intelectual en los institutos tecnológicos.

Para más información, remítase a: <http://www.mpc.gov.ve/web/default.htm>

II. “PRÁCTICAS ÓPTIMAS” EN PAÍSES DE OTRAS REGIONES DEL MUNDO

1. Oficina de Propiedad Industrial de Australia

La Oficina de Propiedad Intelectual de Australia ha desempeñado una función muy activa en la promoción de una toma de conciencia por parte de las PYME acerca de la importancia del sistema de propiedad intelectual. Entre las principales actividades que ha llevado a cabo en ese ámbito, cabe destacar:

- publicaciones de lectura fácil: distribución de más de 35.000 carpetas de documentación sobre propiedad intelectual por año;
- productos multimedia de uso fácil: CD-ROM en los que se ofrece información sobre la forma de gestionar los activos de propiedad intelectual;
- preparación de estudios de caso en los que se ilustra el uso del sistema del propiedad intelectual por parte de varias PYME australianas;
- información práctica en el sitio Web, incluida una sección sobre estrategias comerciales y una sección dedicada a los profesionales de la propiedad intelectual que prestan servicios a las PYME; y
- seminarios destinados a las PYME.

Para más información, remítase a:

http://www.wipo.int/sme/en/index.html?wipo_content_frame=/sme/en/best_practices/ip_australia.htm

2. Fundación de Promoción de las Invenciones Finlandesas

La Fundación de Promoción de las Invenciones Finlandesas fomenta el desarrollo y la explotación de las invenciones finlandesas. Gran parte de las actividades de la Fundación se centra en prestar asesoramiento jurídico y apoyo financiero para patentar invenciones. Esas actividades pueden agruparse en seis categorías, que corresponden a seis fases del proceso de desarrollo de una invención:

- promoción de actividades inventivas;
- evaluación de invenciones (potencial comercial, novedad y espíritu inventivo, etcétera);
- servicios de asesoramiento (asesoramiento específicamente centrado en la invención, derechos de propiedad intelectual, otro tipo de asesoramiento);
- protección de invenciones (asistencia en la presentación de solicitudes de patente y otros derechos de propiedad intelectual);
- desarrollo del producto (planificación y diseño, desarrollo de prototipos, asesoramiento técnico y comercial); y
- comercialización (en particular, asesoramiento en materia de licencias).

Para más información, remítase a: <http://www.innofin.com>

3. Proyecto INSTI, Alemania

Desde 1995, el Ministerio Federal Alemán de Educación y Investigación ha establecido un programa para promover el uso del sistema de patentes y el desarrollo de tecnologías innovadoras. Entre las características principales del programa figuran:

- asistencia financiera a las PYME que solicitan por primera vez una patente o modelo de utilidad;
- un mercado o base de datos sobre innovaciones de nuevas tecnologías destinado a las partes interesadas en buscar nuevas oportunidades comerciales; y
- formación de inventores y administradores de empresas en técnicas de gestión de la innovación, la creatividad y la evaluación, derechos de propiedad industrial y desarrollo de productos y procedimientos.

Para más información, remítase a:

http://www.wipo.int/sme/en/index.html?wipo_content_frame=/sme/en/best_practices/germany.htm

4. Oficina Coreana de Propiedad Intelectual

La Oficina Coreana de Propiedad Intelectual (KIPO) presta una amplia gama de servicios a las pequeñas y medianas empresas, entre las que cabe destacar las siguientes:

- en el marco de un acuerdo concertado con la Asociación Coreana de Abogados de Patentes (KPAA), se presta asesoramiento jurídico gratuito a las PYME para la presentación de su primera solicitud de patente;
- reducción de 50% en las tasas para las PYME y de 70% para las microempresas;
- información gratuita sobre sistemas de búsqueda en materia de patentes mediante la organización regular de talleres;
- establecimiento de un mercado de tecnología de patentes; y
- campaña de promoción para la obtención de derechos de propiedad intelectual por parte de las pequeñas y medianas empresas, en cooperación con 14 organizaciones conexas, en particular, la Cámara Coreana de Comercio.

Para más información, remítase a:

http://www.wipo.int/sme/en/index.html?wipo_content_frame=/sme/en/best_practices/kipo.htm

5. Oficina de Propiedad Intelectual de Singapur

La Oficina de Propiedad Intelectual de Singapur administra el Fondo de Solicitudes de Patente, establecido en 1993 por la Junta Nacional de Ciencia y Tecnologías. Ese Fondo sufraga el 50% de las tasas jurídicas, oficiales y otras tasas conexas que deben pagarse en el proceso de solicitud de una patente, por un importe máximo de 30.000 dólares de los

Estados Unidos de América por invención, y se dedica principalmente a las PYME. Pueden beneficiarse del Fondo las compañías en las que el 30% del capital sea propiedad de nacionales de Singapur así como cualquier ciudadano o residente permanente en Singapur.

La Oficina acaba de publicar una nueva plataforma comercial en Internet, que permite que los titulares de derechos de propiedad intelectual, y los compradores y vendedores potenciales y los concesionarios de licencias entren en contacto y puedan realizar transacciones de activos de propiedad intelectual. Véase: <http://www.SurfIP.gov.sg>

6. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)

Entre las actividades que lleva a cabo la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) en el ámbito de las PYME, cabe destacar las siguientes:

- *Jornadas divulgativas*: en cámaras de comercio y parques tecnológicos (19 jornadas en el último año y medio), cursos de postgrado organizados por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y cursos en universidades (14 cursos en el último año y medio);
- *Servicios en línea de información tecnológica*: 1.328.998 búsquedas en los seis primeros meses del año 2001; y
- *Programa para empresas* que comercialicen los resultados indirectos de actividades de I+D, en cooperación con una universidad española.

7. Entreprise Ireland

En el marco de un programa de asistencia en materia de propiedad intelectual, *Entreprise Ireland* presta apoyo a los inventores y a las PYME desde 1998. Las principales actividades que se llevan a cabo en el marco del programa pueden resumirse de la manera siguiente:

- asesoramiento sobre la protección de invenciones;
- financiación para la presentación de solicitudes de patente; y
- asesoramiento sobre el desarrollo y la comercialización de invenciones.

Para más información, remítase a:

http://www.wipo.int/sme/en/index.html?wipo_content_frame=/sme/en/best_practices/ireland.htm

8. Ministerio Indio de Industrias de Pequeña Escala, Agrarias y Rurales

La Organización para el Desarrollo de la Pequeña Industria (SIDO), organismo central del Ministerio Indio de Industrias de Pequeña Escala, Agrarias y Rurales acaba de hacer público un nuevo sitio Web en el que se brinda importante información sobre la propiedad intelectual, destinada a las PYME del país. En colaboración con la División de Pequeñas y

Medianas Empresas, de la OMPI, la SIDO ha organizado una serie de 16 talleres en distintos lugares del país con el título “La propiedad intelectual al servicio de las pequeñas y medianas empresas”.

Para más información, remítase a:

http://www.wipo.int/sme/en/index.html?wipo_content_frame=/sme/en/activities/meetings/india_01/index.htm

9. Oficina Japonesa de Patentes (JPO)

La Oficina Japonesa de Patentes (JPO) centra actualmente sus esfuerzos en cuatro medidas relacionadas con las patentes cuyo objetivo es promover el uso del sistema de propiedad intelectual por parte de las PYME y fomentar la transferencia de tecnología, a saber:

- *política de promoción de la utilización de patentes y de la transferencia de tecnología*, en particular, una base de datos sobre tecnologías que pueden ser objeto de licencia y organización de ferias tecnológicas;
- *apoyo para el establecimiento de oficinas de concesión de licencias tecnológicas* en las universidades y los centros de investigación;
- *reducción y exoneración de tasas*; y
- *apoyo en materia de autoevaluación de estrategias de patentes y de propiedad intelectual* mediante la creación de índices de evaluación de patentes y estrategias de propiedad intelectual.

10. Oficina de Propiedad Intelectual de Filipinas

Entre las iniciativas emprendidas por la Oficina de Propiedad Intelectual de Filipinas, cabe destacar:

- *Reducción de tasas*: las pequeñas entidades pagan el 50% de tasas respecto de todos los servicios;
- *Technology Information Brokering System and Matching Center (TIBMC)*: el TIBMC está en curso de elaboración y su objetivo es difundir información en materia de tecnología patentada en beneficio de las PYME;
- *información en materia de propiedad intelectual*, mediante talleres y seminarios organizados en las distintas provincias; y
- *Unidad de información*: asesoramiento sobre los procedimientos para la obtención de patentes y para el registro de marcas, en particular, asesoramiento sobre la manera de formular descripciones y reivindicaciones.