



MAYO 2019
N° 06



RedPi Revista Especializada Digital de Propiedad Intelectual

Asunción, Paraguay



La RedPI es una publicación especializada, de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, sobre temas de interés relacionados a la propiedad intelectual, innovación y tecnología que alberga además el servicio opcional de publicación, en los términos que establece: la Ley N° 1294/98 de Marcas, la Ley N° 1328/98 de Derechos de Autor y Derechos Conexos; los Decretos de Poder Ejecutivo N° 8825, del 23 de abril de 2018 y el N° 9330 del 7 de agosto de 2018 y la Resolución DINAPI RG/N°25/2018.

El objetivo de la presente publicación es fomentar el interés público en temas vinculados a la propiedad intelectual, así como informar sobre las labores de la DINAPI, brindar espacios de opinión a especialistas u otros referentes dentro y fuera de la DINAPI, validar el proceso administrativo contemplado en las leyes precedentemente citadas, a través del servicio opcional de publicación de solicitudes de registro de marcas, renovaciones, actos jurídicos, derechos de autor entre otros.

Las publicaciones de artículos de opinión no representan ni reflejan la posición o punto de vista de las autoridades de la DINAPI, por lo que éste no puede considerarse como un documento oficial.

Ninguna mención de empresas o productos concretos implica en caso alguno la aprobación o recomendación de la DINAPI en relación a otros de la misma naturaleza.

Para toda observación o preguntas diríjase a comunicaciones@dinapi.gov.py

El servicio de publicaciones no asume responsabilidad por errores u omisiones en las solicitudes de marcas.

ÍNDICE	04	Innovar para producir
	06	La comunicación es el pulso de una institución
	09	Creadores. De la universidad a la industria
	13	Innovar para todo el mundo: La función de la PI en el desarrollo
	17	Clasificados

© REDPI 2018



Atribución 3.0 Organizaciones intergubernamentales (CCBY3.0 IGO)

Todo usuario puede reproducir, distribuir, adaptar, traducir y presentar en público la presente publicación, también con fines comerciales, sin necesidad de autorización expresa, a condición de que el contenido esté acompañado por la mención de la **DINAPI** como fuente y, si procede, que se indague claramente que se ha modificado el contenido original.

Las adaptaciones/traducciones/productos derivados no deben incluir ningún emblema ni logotipo oficial, salvo que hayan sido aprobados y validados por la **DINAPI**. Para obtener autorización, póngase en contacto con nosotros mediante el sitio web de la **DINAPI**.

En casos en los que el contenido publicado por la **DINAPI** como fotos, gráficos, marcas o logotipos sea propiedad de terceros, será responsabilidad exclusiva del usuario de dicho contenido obtener las autorizaciones necesarias por parte de los propietarios.

Para consultar la presente licencia, remítase a <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo>

Foto sección editorial: Dinapi

Fotos páginas 1, 7, 8, 9, 10, 11, 12: www.pixabay.com

Foto página 16: Cortesía de la Fundación Bill y Melinda Gates

Elaboración, edición y armado: Creta Consultoría/Karina Hugo producciones.



Abg. Joel Talavera
Director Nacional de Propiedad Intelectual

INNOVAR PARA PRODUCIR

“LA INNOVACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL”

El afamado periodista, escritor y conferencista argentino, Andrés Oppenheimer, en una serie de entretenidos relatos sobre experiencias exitosas de su libro *Crear o Morir*, advierte que la innovación y la creatividad son las claves para el éxito o el fracaso de las grandes empresas en el siglo XXI.

En los inicios de su búsqueda, el autor del libro menciona el fenómeno que ocurre en Silicon Valley–Estados Unidos de América y descubre, con la ayuda de Vivek Wadhwa -el gurú en temas de tecnología de Singularity University-, que una de las claves del éxito, de este hub de empresas de tecnologías más importantes del mundo, es la “gente”.

Cuando revela este dato, refiere también que el 53% de los residentes de este polo tecnológico son inmigrantes de todas partes

del mundo, en su mayoría jóvenes ingenieros que buscan un ambiente propicio para el desarrollo de las ideas, con tolerancia a la diversidad étnica, cultural y de pensamientos; a lo que habría que sumar “políticas claras de protección y desarrollo de los derechos de propiedad intelectual”.

Esto lleva a reflexionar los cuantiosos los esfuerzos que hace el Gobierno Nacional para posicionar al Paraguay en la categoría de un país exequible para el grado de inversión; y que asume el camino correcto, el de luchar contra la corrupción y fortalecer a las instituciones, con una fuerte orientación a repensar nuestras estructuras organizacionales en función a un mejor servicio para **la gente**, aprovechando la estabilidad macroeconómica lograda.

Consideramos que hoy en día no podemos permanecer ajenos a pensar que el boom de los agronegocios que nos permitió escalar hasta la posición actual, ya no resulta suficiente para seguir subiendo peldaños. Además de las cuestiones

centrales expuestas en el párrafo anterior, desde la DINAPI proponemos un mayor aprovechamiento de las herramientas de propiedad intelectual que permitan reconocer y valorar el talento, la creatividad y la actividad inventiva, tan presente en nuestro país, pero escasamente estimada.

La innovación nos propone el reto de repensar y reinventar permanentemente. Si hay una característica de la sangre guaraní, ésta es sin dudas la capacidad de superar obstáculos. Somos capaces de florecer y salir adelante aun en las situaciones más adversas. La innovación debe ser un valor que debemos abrazar en todos los aspectos de la vida. Hacer que la innovación también forme parte de las prioridades de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, es un desafío asumido por la institución y nuestra apuesta es servir de manera cada vez más eficiente, ágil y con mayor seguridad jurídica en la concesión de estos derechos.

Y vos... ¿Cuál es tu desafío?

LA COMUNICACIÓN ES EL PULSO DE UNA INSTITUCIÓN

ENTREVISTA AL ABG. RODRIGO IRAZUSTA DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DE LA DINAPI

- ¿Por qué la propiedad intelectual debe importar a la ciudadanía?

La propiedad intelectual, importa por su capacidad de generar desarrollo y riquezas no solo para los usuarios del sistema -para quienes se garantiza la protección de los derechos patrimoniales sobre sus obras, inventos o signos distintivos, etc.-, sino además para las cadenas de valor que a partir de allí se forman y que son capaces de multiplicar empleos, negocios y progreso para todos. Las herramientas de propiedad intelectual sirven de incentivo para los creadores, inventores, investigadores y emprendedores. Para los países con sistemas de PI asumidos como Política de Estado, sirve como principal impulsora del desarrollo económico, social, cultural y tecnológico.

- ¿Cómo sería el Paraguay sin una institución como la DINAPI?

Sería un país sin oportunidades para los creadores con talento, por ejemplo en las artes, sería un país al que el mote de “pirata” le quedaría corto, un país donde los consumidores no tendrían la seguridad de si los bienes que adquieren son originales o falsificados. Imagínesse comprar un medicamento y tener dudas sobre la originalidad del mismo, ¿lo tomaría?

Sería un país al que no le darían crédito, un país con escasa seguridad jurídica para garantizar las inversiones en cualquier emprendimiento, tal vez sería un país conectado al mundo digital pero descolgado en el concierto de las naciones, sin posibilidad de ser considerado como serio.

- A partir de esta suposición, ¿qué es importante que la ciudadanía sepa de la institución?

Que si sos escritor, compositor, dibujante, programador, diseñador, arquitecto o simplemente creador de cualquier tipo de obras, puedes solicitar el registro de las mismas, en la DINAPI.

Si sos emprendedor o empresario, antes de poner en marcha un proyecto, te conviene saber cuáles son las posibles figuras de propiedad intelectual que mejor se adecuan a los negocios que emprendés. Por ejemplo: Seguro que hay una marca de por medio. ¿Ya la registraste? ¿Sabías que un producto falsificado, no ofrece ni calidad, ni respaldo, no sólo perjudica tu imagen (porque “lo FALSO te queda mal”) sino que también perjudica la imagen de tu país?

Y hay tantos mensajes más...

- *Qué hace la DINAPI, desde su comunicación?*

La Dirección de Comunicación se encarga de crear contenido de interés para ser divulgado tanto interna como externamente. En este sentido, trabajamos sobre la base de un plan semanal de posts en redes sociales, así como la cobertura diaria de las actividades de la Dirección Nacional y sus áreas misionales. Generamos contenidos que puedan resultar de interés para los medios de comunicación y mantenemos un estrecho vínculo con los periodistas, productores y jefes de redacción, a quienes enviamos la información que generamos como institución. A partir de ahí, hacemos un seguimiento a cada medio para comprobar la publicación de nuestros contenidos.

- *¿Cuáles son las vías que se utilizan para llegar al ciudadano?*

Contamos con un sistema llamado "Atención al Ciudadano", que brinda respuestas inmediatas de forma presencial, telefónica y a través del correo electrónico institucional.

Las indispensables Redes Sociales son aliados inseparables por la inmediatez que nos posibilitan. También respondemos mediante los mensajes privados que llegan a las tres redes institucionales que utilizamos: Facebook, Instagram y Twitter. Además, sobre la base del

Los medios han dejado de ser los tradicionales y los recursos de comunicación de la actualidad se han multiplicado

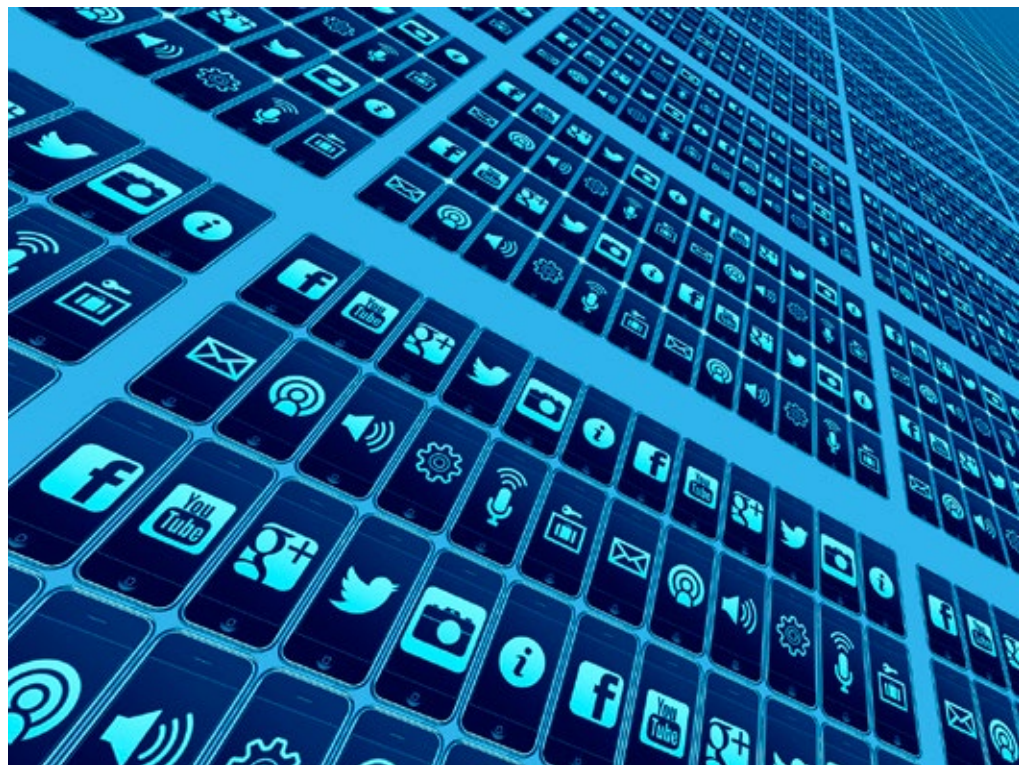
plan semanal, informamos a la ciudadanía y los agentes acerca de las actividades que se llevan adelante.

- *Por qué es importante la comunicación de objetivos, acciones y logros para la ciudadanía?*

Porque consideramos que la única manera de unirse a una causa es conociendo perfectamente el objetivo que persigue. No hay manera más eficiente de sumar aliados, que mantenerlos al tanto de lo que hacemos y lo que logramos. Y la ciudadanía es el aliado estratégico para las instituciones de un estado, pues para ellos trabajamos y tanto sus preguntas, como sus denuncias y en general su feedback, nos permite trabajar hacia donde ella lo necesita. La comunicación lo hace posible. Es el nexo más directo con la ciudadanía, esto significa "la gente" a la que nos debemos.

- *Qué sectores de la población requieren más información para el trabajo en relación a los Derechos de la Propiedad Intelectual?*

En general a todos los sectores de la sociedad, porque no solo deseamos hablar de temas de Propiedad Intelectual, descolgados de la realidad cotidiana, sino que buscamos cambiar parte de la cultura de la gente que por ejemplo, elige



vestir, calzar, lucir o utilizar productos falsificados, sin entender el tremendo daño que esto hace a la economía formal de nuestro país.

Por otro lado también deseamos impactar en la conducta social que asume por costumbre o por comodidad, el uso de obras sin el debido pago y/o permiso de los autores o propietarios de la mismas, para hacerles ver que fotocopiar un libro, comprar un pen drive con gran cantidad de música o películas, comprar del kiosco un disco de juego de consola "trucho", o descargar de páginas web softwares crackeados, nos vuelve PIRATAS como personas y como país.

Pero en especial queremos llegar a las universidades, los colegios y las escuelas para presentarles la Propiedad Intelectual como una herramienta idónea para su desarrollo profesional. Queremos incidir con información en sus decisiones, para que ellos sean de forjar sus propios destinos, partiendo de su creatividad y abrazando la innovación como bandera de desarrollo, capaz de transformar y proyectar al Paraguay a sitios de relevancia.

- ¿Cuál es el futuro de la DINAPI?

DINAPI está embarcada en la mejora continua de procesos internos proyectados al servicio de los usuarios del sistema de Propiedad Intelectual. Asumió el MECIP, no como un discurso, sino como

una regla de vida institucional, que adecue nuestro pensar y actuar conforme a planes y proyectos orientados a resultados.

La DINAPI tiene como norte instalar la Propiedad Intelectual en la agenda de instituciones públicas, universidades y organizaciones, no como un complemento de cultura general, sino como eje capaz de redefinir planes y acciones que integren la innovación y la creatividad como parte de políticas de estado capaces de generar riqueza y empleos.

- ¿Dirías que el corazón de una institución pulsa desde su área de comunicación?

La comunicación no es solo tomar proyectos, objetivos y logros y contárselo al que le interese. La comunicación es un encuentro con el otro, una forma de expresarle que lo tenemos en cuenta, que sabemos que está ahí, y que nosotros queremos y necesitamos de la interacción. A medida que la complejidad de nuestra institución crece, se hace necesario establecer un procedimiento ordenado, seleccionar los medios y herramientas más adecuados para que la comunicación pueda fluir de manera apropiada y eficaz.

Y sí, consideramos que el corazón de la institución se encuentra en el área de comunicación, pues a partir de una correcta aplicación de las herramientas que la componen, se sabrá que por dentro hay

vida y se podrá conocer y apreciar su verdadero valor en del esquema de instituciones que hacen al Estado.

Lo que no se comunica no existe. Y mientras más se sepa sobre la DINAPI, más se valorará el arte de crear y proteger una creación.

Los jóvenes son la oportunidad más grande del Paraguay.



CREADORES DE LA UNIVERSIDAD A LA INDUSTRIA

Por Nabila Larroza
Abogada especializada en IP/IT,
Derecho Corporativo e Internacional.
nlarroza@nllegals.com



Apostando a las ideas y emprendimientos de la academia para el beneficio de la sociedad y la economía.





La sociedad del conocimiento ha hecho posible que los trabajos en el ámbito universitario o en instituciones superiores que desarrollen investigación, vayan mucho más allá de un simple trabajo de grado o tesis, pasando a constituir colaboraciones o innovaciones de impacto en la industria.

En las universidades más importantes a nivel mundial, los Centros de Transferencia Tecnológica cumplen un rol clave como estructuras de interfaz entre la academia y la industria, catalizando procesos que tienen por finalidad hacer una sinergia exitente entre ambas partes.

El nivel del desarrollo de los países en el siglo XXI se explica por su capacidad de desarrollo tecnológico e innovación. Paraguay sigue siendo a nivel mundial, un mercado que debe seguir madurando en materia de propiedad intelectual, enfocando esfuerzos en mejorar el desarrollo tecnológico, la innovación aplicada a los procesos productivos, apostando y formando personal calificado, creando centros para la transferencia de resultados de I+D+i (Investigación-Desarrollo e Innovación) de instituciones superiores que desarrollen investigación.

Ante dicha necesidad, la Universidad Nacional de Asunción ha inaugurado el Centro de Transferencia de Tecnologías y de Resultado de Investigación (CETTRI), con la idea firme de fomentar y colaborar con el nacimiento de nuevas tecnologías, nuevas empresas y desarrollar productos que transformen la sociedad, consolidándose como un puente entre la investigación y el desarrollo comercial.

En el proceso de desarrollo y transferencia de tecnologías generadas en la universidad, ejercen un rol esencial varios actores entre los que se encuentran académicos, alumnos, empresarios y el gobierno. El sistema de Propiedad Intelectual en Paraguay está conformado por instituciones gubernamentales entre las que se encuentran la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) y cuya participación dentro del ecosistema universidad-industria es clave en la protección del conocimiento y su aplicación a la innovación social.

Las principales estrategias de los centros de transferencia de tecnología están enfocadas principalmente en el *“Technology Push”* que consiste en identificar resultados, protegerlos y transferirlos. Esencialmente, sucede cuando la investigación y el desarrollo en nuevas tecnologías impulsa el desarrollo de nuevos productos o cuando se descubre una nueva tecnología con un potencial económico elevado. En ese sentido, los centros ponen a disposición de la comunidad académica un equipo multidisciplinario de profesionales para analizar la viabilidad de una investigación y su potencial comercialización en el mercado, en la que uno de los factores esenciales a tallar es la consultoría y la estrategia de propiedad intelectual más adecuada para la explotación del producto.

La otra es el *“Market Pull”*, que consiste en conocer necesidades, comprenderlas y generar articulaciones. La industria, tanto el sector privado como público, puede contar con necesidades tecnológicas específicas para un nuevo producto o la solución de un problema. En ese sentido, se desarrolla un producto o una gama de productos para resolver la necesidad original, así como también, la posibilidad de acceder a información sobre las tecnologías o reactivos disponibles desarrollados por la universidad, listas para su comercialización o licencia y que pueden ser útiles para responder a sus necesidades específicas.

Además de las anteriores citadas, los centros de transferencia en el mundo trabajan activamente en las políticas y procedimientos relacionados con el establecimiento de empresas *“Spin off”*



Spin out”, cuyo objetivo es comercializar una idea innovadora, donde los accionistas pueden ser la institución generadora del conocimiento, algún miembro de la comunidad académica y científica e inversionistas externos.

ASPECTOS LEGALES

Los aspectos legales que rodean la sinergia entre universidad-empresa y que están relacionados a la generación tecnológica además de su consecuente comercialización, abarcan un abanico de aspectos administrativos, incluyendo determinados tipos contractuales que se fundamentan principalmente en el manejo de información confidencial, protección a la innovación y propiedad industrial e intelectual, explotación de los resultados, así como el financiamiento o el modelo de negocio.

Es importante que las partes estén acompañadas y asesoradas por un profesional que tenga una comprensión del contexto y de la verdadera interacción de todas las partes que intervienen en una negociación, que pueda visualizar posibles contingencias, además de tener en cuenta otros aspectos relevantes que rodean la materia, considerando la complejidad que surge de la inserción de la ciencia y la tecnología en el sector productivo.

Para establecer y convenir derechos y obligaciones en los aspectos relacionados a la generación de tecnología, facilidad y aseguramiento en el intercambio de información científica y técnica entre las partes (*empresa y centro público de investigación*), explotación de activos intangibles, así como en la negociación y en la inversión, los procesos administrativos de PI relacionados a patentes de invención y modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, registro de software, entre otros, incluyendo acuerdos de NDA, MTA, contratos de colaboración, prestación de servicio, licenciamiento, franquicias y transferencia, o Due Diligence, son solo algunos de los tantos procesos y modelos de contratación típicos o multimodales que participan en este ecosistema tan desafiante y único.



INNOVAR PARA TODO EL MUNDO: LA FUNCIÓN DE LA PI EN EL DESARROLLO

*Adaptación de un artículo de Aline Flower, asesora jurídica asociada, Desarrollo Mundial, Fundación Bill y Melinda Gates**

¿Qué puede tener que ver la propiedad intelectual (PI) con la ayuda a los más pobres en los países menos adelantados del mundo? A primera vista, los conceptos de PI y desarrollo parecen diametralmente opuestos. La PI se considera con frecuencia como la expresión de una sofisticada infraestructura jurídica creada por las naciones ricas para incentivar la innovación y dinamizar las economías avanzadas.

La PI tiene un papel que desempeñar donde quiera que la pobreza, el hambre o las enfermedades requieran de soluciones innovadoras

Sin embargo, un análisis más detallado pone de manifiesto una relación estrecha y cargada de matices entre la PI y el desarrollo, que plantea a la vez cuestiones microeconómicas y macroeconómicas como las siguientes:

- ¿Quién se beneficia de los mercados comerciales y quién no?
- ¿Qué papel desempeña el sector privado en el desarrollo?
- ¿Cómo se puede impulsar la investigación, el desarrollo y la salida al mercado de un producto cuando los principales consumidores son los pobres de los países pobres?

La PI es un elemento integrante de cada uno de estos análisis. Donde quiera que la pobreza, el hambre o las enfermedades requieran de soluciones innovadoras, la PI cumple un cometido importante*.

Las cuestiones relacionadas con la PI abundan en el desarrollo de las vacunas de bajo costo, especialmente cuando se trata de conceder licencias a distintas cepas víricas de diversas entidades y de garantizar una transferencia eficaz de la tecnología (foto: Cortesía de la Fundación Bill y Melinda Gates).

En algunos casos, el producto necesario ya existe y su PI está protegida adecuadamente en las jurisdicciones del mundo desarrollado. En esos casos, el desafío internacional en materia de desarrollo puede consistir en la distribución de ese producto en el mundo pobre. En otros casos, es posible que sea necesario adaptar y mejorar un producto ya existente para adecuar sus características a situaciones en las que los recursos son limitados o a las preferencias de las personas que viven en esa parte del mundo. Y en otras circunstancias, quizá sea necesaria una innovación radical para satisfacer las necesidades de la gente en los lugares más pobres del mundo, a fin de solucionar problemas singulares y desatendidos.

A continuación, se exponen algunos ejemplos sobre la presencia de la PI en proyectos de desarrollo, así como observaciones sobre el planteamiento que adopta la Fundación Bill y Melinda Gates en materia de desarrollo. En cada caso, es fundamental abordar de manera explícita la cuestión de la PI para garantizar el éxito del proyecto.

PRODUCTOS EXISTENTES

Algunos de los ejemplos más conocidos de desarrollo abarcan actividades en las que es posible que el producto protegido por la PI ya exista en su forma básica y tenga que ser puesto a disposición de la población en los países pobres.

LA REINVENCIÓN DEL RETRETE

Las enfermedades diarreicas causadas por la ausencia de un saneamiento adecuado son la quinta causa de fallecimientos a nivel mundial. Encontrar maneras innovadoras de eliminar de manera eficaz los excrementos humanos en las comunidades que no tienen acceso a la red eléctrica o no disponen de un saneamiento canalizado es un reto fundamental en materia de salud mundial y desarrollo

Según las estadísticas de las Naciones Unidas, 4.500 millones de personas viven en hogares que no disponen de retrete para eliminar eficazmente los excrementos humanos. Se estima que las enfermedades diarreicas causadas por la ausencia de saneamiento adecuado causan 2,5 millones de muertes evitables al año y son la quinta causa de fallecimientos a nivel mundial. Por lo tanto, hallar el modo de eliminar de manera eficaz los excrementos humanos en las comunidades que no tienen acceso a la red eléctrica o no disponen de saneamiento canalizado es un reto fundamental en materia de salud mundial y desarrollo. Es evidente que el retrete con cisterna, inventado en 1596, es inservible en esos hogares y comunidades.

¿Podemos volver a idear un dispositivo de saneamiento más integral? Se están realizando experimentos para la construcción de hogares eficientes desde el punto de vista energético y de sistemas comunitarios de saneamiento basados en procesos tecnológicos de desecación. Esos procesos bioquímicos convierten los desechos sólidos y líquidos en subproductos inocuos que se pueden reutilizar. Ese tipo de dispositivos y sistemas avanzados de saneamiento podrían convertirse en productos comerciables y distribuíbles a nivel mundial.

MEJORAS Y ADAPTACIONES

Existe una tercera manera (intermedia) de abordar las cuestiones de PI en materia de desarrollo cuando las tecnologías existentes constituyen la base fundamental -aunque no integral- de las intervenciones de carácter innovador. Estos proyectos se basan en derechos de propiedad ya existentes y casi siempre conllevan la posibilidad de que se generen nuevos derechos de PI producto de mejoras adicionales en materia de investigación, desarrollo y tecnología.

MAÍZ DE EFICIENCIA HÍDRICA PARA ÁFRICA (WEMA)

El riesgo crónico de sequías pone seriamente en peligro a los pequeños agricultores del África Subsahariana que intentan alimentar a sus familias con sus pequeños huertos. Un equipo de científicos dirigido por la Fundación Africana de Tecnología Agrícola (AATF) ha creado híbridos selectos del maíz con mayor tolerancia a las sequías, adaptados al África Subsahariana y pensados a partir de las preferencias de los pequeños agricultores. Nuevas iniciativas en investigación y desarrollo han conseguido conferir resistencia contra los insectos para preservar las cosechas frente a los barrenadores del tallo y otras toxinas.

Las investigaciones del WEMA surgen de una colaboración público-privada en la que participan el Centro Internacional de Mejoramiento del Maíz y el Trigo (CIMMYT), la AATF, los Sistemas Nacionales de Investigación Agrícola (NARS) y un socio del sector privado que donó el rasgo de resistencia a las sequías, así como PI de gran valor para generar, a través de empresas privadas de producción de semillas, productos objeto de licencia exentos de regalías destinados a los pequeños agricultores.

SOLUCIONES DE MERCADO INNOVADORAS

En diversos campos, se está considerando una nueva estrategia de intervención que no se basa tanto en una visión binaria y polarizada entre el mundo “en desarrollo” y el “de-

sarrollado”, en la que el denominado mundo “en desarrollo” carece por completo de carácter comercial y el “desarrollado” es el único mercado comercial viable. Esta nueva perspectiva presupone que incluso las personas pobres de los países pobres toman decisiones fundamentadas sobre cómo gastar o ahorrar sus limitados recursos y constituyen un mercado desaprovechado en gran medida.

PRODUCTOS NUTRICIONALES MEJORADOS

¿Cómo se puede mejorar un alimento o una bebida que ya se vende a millones de consumidores pobres a fin de ofrecer una nutrición de mayor calidad sin comprometer su atractivo? Es muy probable que la mejora de los productos implique la protección de la PI. Se están estudiando posibles modelos que mejoren la nutrición global de los consumidores más pobres y que a la vez sean sostenibles comercialmente para el fabricante del producto. Además de mejorar la nutrición de los consumidores pobres, esos modelos podrían abrir la puerta al diseñador del producto a segmentos de mercado más amplios gracias a un producto mejorado. A la larga, un planteamiento híbrido de estas características que fusione objetivos empresariales y altruistas podría incluso eliminar la dependencia de la financiación de carácter filantrópico.

Se están estudiando diferentes modelos para la mejora de la nutrición global de los consumidores más pobres mediante una mejora de los productos que puede implicar la protección de la PI

LA FUNDACIÓN BILL Y MELINDA GATES Y SU CONCEPCIÓN DE LA PI AL SERVICIO DEL DESARROLLO

En la Fundación, hay consciencia de la importancia de la PI por dos motivos principales. En primer lugar, se respeta la PI como activo patrimonial. Si un proyecto propuesto depende de la PI de terceros, se exige a los receptores de una eventual financiación que adopten una estrategia mediante la que se comprometan a obtener de ese tercero derechos de licencia o acuerdos para que no se hagan valer los derechos a fin de poder utilizar la PI ya existente. En segundo lugar, se respeta la PI por su capacidad intrínseca de incentivar la investigación y el desarrollo de

productos. En algunos casos, un proyecto exitoso podría dar lugar a una tecnología de valor comercial en mercados del mundo rico (o desarrollado). Dado que los resultados de un proyecto financiado con una subvención de la Fundación son propiedad del beneficiario, la perspectiva de “estar haciendo el bien” y “estar haciéndolo bien” puede alentar a las entidades a presentar propuestas para recibir financiación de la Fundación. ¿Financiaría la Fundación un proyecto que pudiera dar lugar a una tecnología dirigida a beneficiar al mundo pobre, pero que podría tener también aplicación comercial en el mundo rico? Sí, si se dan ciertas condiciones.

Esas condiciones llevan por nombre “Acceso Global”. La Fundación exige que los beneficiarios estructuren los proyectos objeto de financiación de modo que contribuyan a alcanzar los objetivos de acceso global de la Fundación. La Fundación garantiza progresivamente la obligación de perseguir fines benéficos mediante la concesión de una licencia transferible y no exclusiva. En el marco del acuerdo de subvención de la Fundación, “por ‘acceso global’ se entiende que el beneficiario acepta dirigir y gestionar la investigación, las tecnologías y la información del proyecto de manera que permita: a) que los conocimientos adquiridos durante el proyecto se den a conocer rápidamente y tengan amplia difusión; y b) que el producto o productos concebidos se pongan a disposición y sean accesibles a un costo razonable para la gente que más los necesita en los países en desarrollo”.

Acceso Global es el mecanismo jurídico que garantiza que los objetivos filantrópicos del proyecto siguen siendo primordiales, con independencia de los beneficios imprevistos que pueda obtener el beneficiario coincidentemente con el propósito de la Fundación de financiar ese proyecto, a través, por ejemplo, del mercado tecnológico de doble uso. Esa estrategia de gestión de la PI asegura que los proyectos que son financiados logren el efecto programático perseguido por la Fundación. También garantiza que la Fundación cumpla las normas del Servicio de Impuestos Internos para las fundaciones privadas en los Estados Unidos, velando por el carácter filantrópico de sus inversiones.



Foto: cortesía de la Fundación Bill y Melinda Gates

Una táctica específica para lograr ese objetivo consiste en pedir a los beneficiarios que elaboren una “estrategia de acceso global” (denominada igualmente “plan de actividades filantrópico”). Una estrategia de acceso global que incluya la PI –como los proyectos descritos anteriormente– debe demostrar el modo en que se gestionarán los nuevos derechos de PI asociados a las invenciones desarrolladas en el contexto de un proyecto. Esto puede conllevar la concesión de licencias recíprocas a otros colaboradores en el proyecto, así como el desarrollo de un plan estratégico de comercialización que garantice un equilibrio entre el incentivo intrínseco de los mercados de vender el producto en mercados comerciales y la obligación filantrópica de hacer que el producto sea asequible para el segmento más pobre del mercado. En estos planes estratégicos se puede prever la concesión de licencias a distintos territorios o sobre la base de diferentes aplicaciones de la tecnología, atendiendo las necesidades de los segmentos de mercado más ricos y más pobres, respectivamente. La Fundación invita a sus beneficiarios a demostrar el modo en que prevén potenciar las aplicaciones comerciales de mercado en aras de obtener éxito a largo plazo y garantizar la sostenibi-

lidad del proyecto en lo que atañe al objetivo de desarrollo global.

LA INVITACIÓN A ASUMIR EL RETO DE LA INNOVACIÓN

Aún estamos tratando de comprender más adecuadamente las muchas maneras en que la PI es fundamental para el desarrollo. En este artículo se comparten solo algunos ejemplos fruto de la experiencia de la Fundación en la concesión de subvenciones. Hay mucho margen para la innovación, teniendo en cuenta el ingente trabajo pendiente para satisfacer las necesidades de la población en las regiones más pobres del mundo. Invitamos a todos a asumir el reto de la innovación –ya sea radical o incremental– para conseguir que el mundo sea un lugar en el que cada individuo tenga la oportunidad de llevar una vida saludable y productiva.

* A efectos de este artículo, se emplean los términos de países “en desarrollo” y “desarrollados”. Sin embargo, la autora es consciente de la necesidad de reconsiderar su utilidad a la luz de un libro de Hans Rosling, de importancia fundamental: *Factfulness: Ten Reasons We're Wrong About the World –and Why Things Are Better Than You Think*, Flatiron Books, 2018.

CLASIFICADOS

CÓDIGOS NUMÉRICOS PARA IDENTIFICAR DATOS BIBLIOGRÁFICOS SOBRE MARCAS, CONFORME A LA NORMA DE OMPI ST.60

- (210)** Número de serie de la solicitud.
- (220)** Fecha de presentación de la solicitud.
- (510)** Lista de productos y servicios.
- (511)** La Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de la Marcas.
- (540)** Reproducción de la marca.
- (731)** Nombre y dirección del solicitante.
- (740)** Datos del agente (representante).

GUÍA DE USO **CLASIFICADOS** REDPI

1

Acceda al menú de Consultas y Tramites de la página www.dinapi.gov.py

Ingrese al menú Login Agente y utilice sus credenciales para identificarse como agente de propiedad industrial.



Orden de Publicación



Busque y seleccione en el buzón Orden de Publicación, el expediente de su interés.

El sistema genera el Archivo PDF con firma electrónica y código QR que puede imprimir.

2

3

Si elige el servicio de publicaciones de clasificados RedPI, la plataforma le facilita el pago online. O bien puede pagar directamente en caja.

Confirme los datos de la transacción deseada. Reconfirme el pago luego de completar los datos requeridos. Reciba el mensaje de confirmación de pago.

