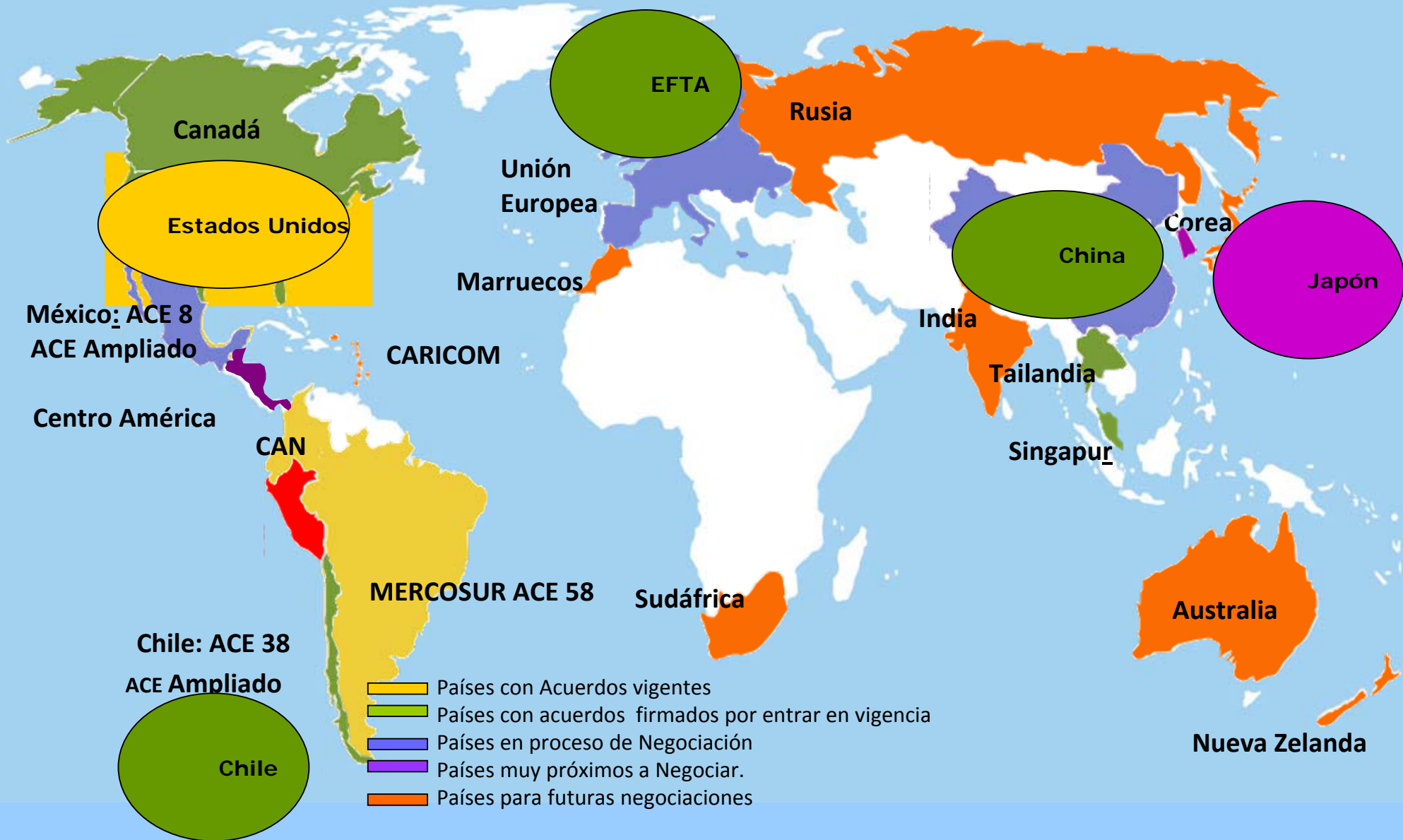


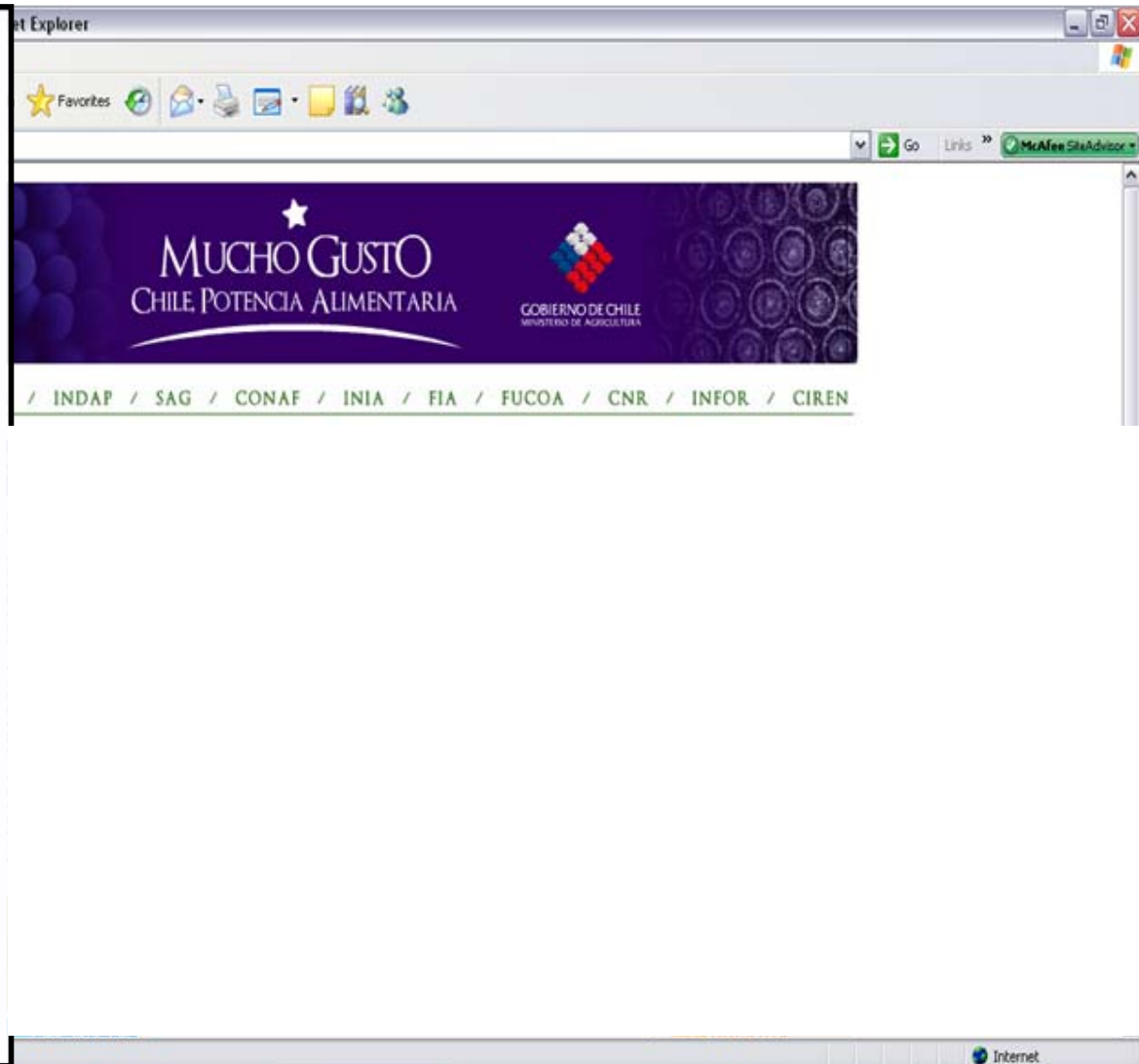
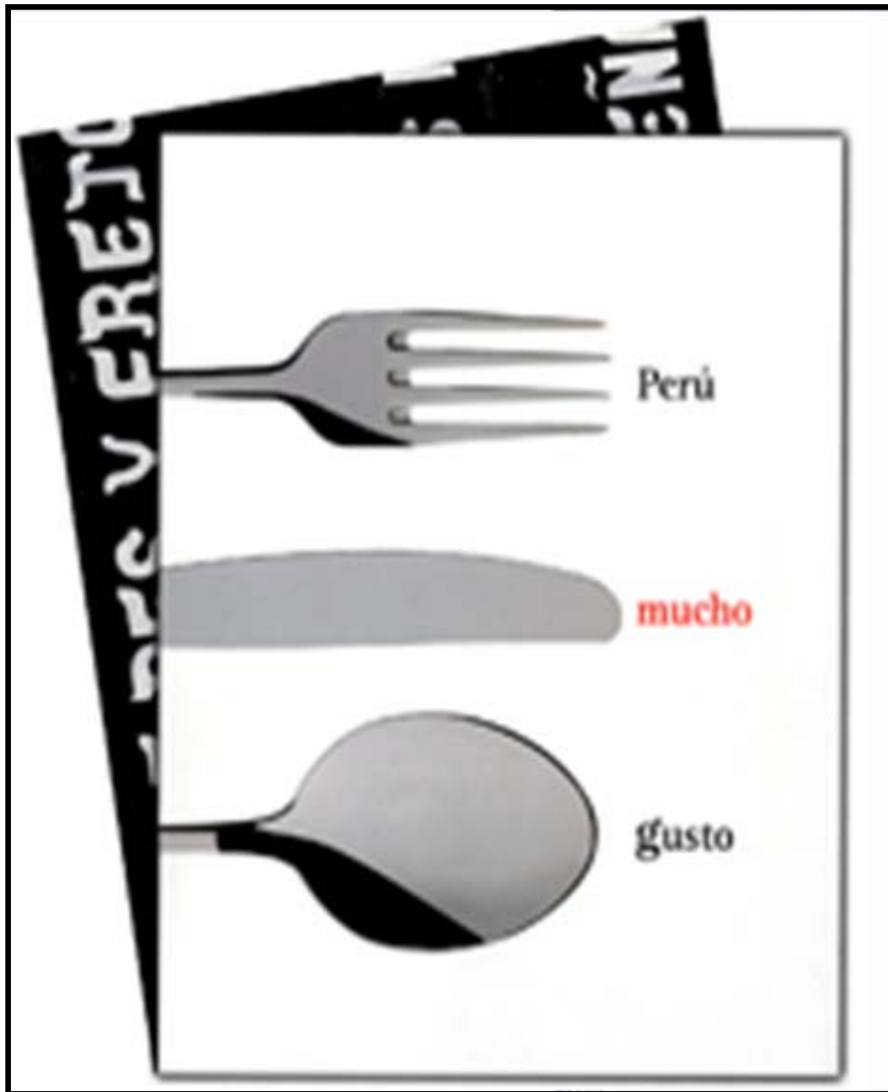
# Propiedad Intelectual: Generando valor agregado a las exportaciones

Luis Alonso García Muñoz-Nájar

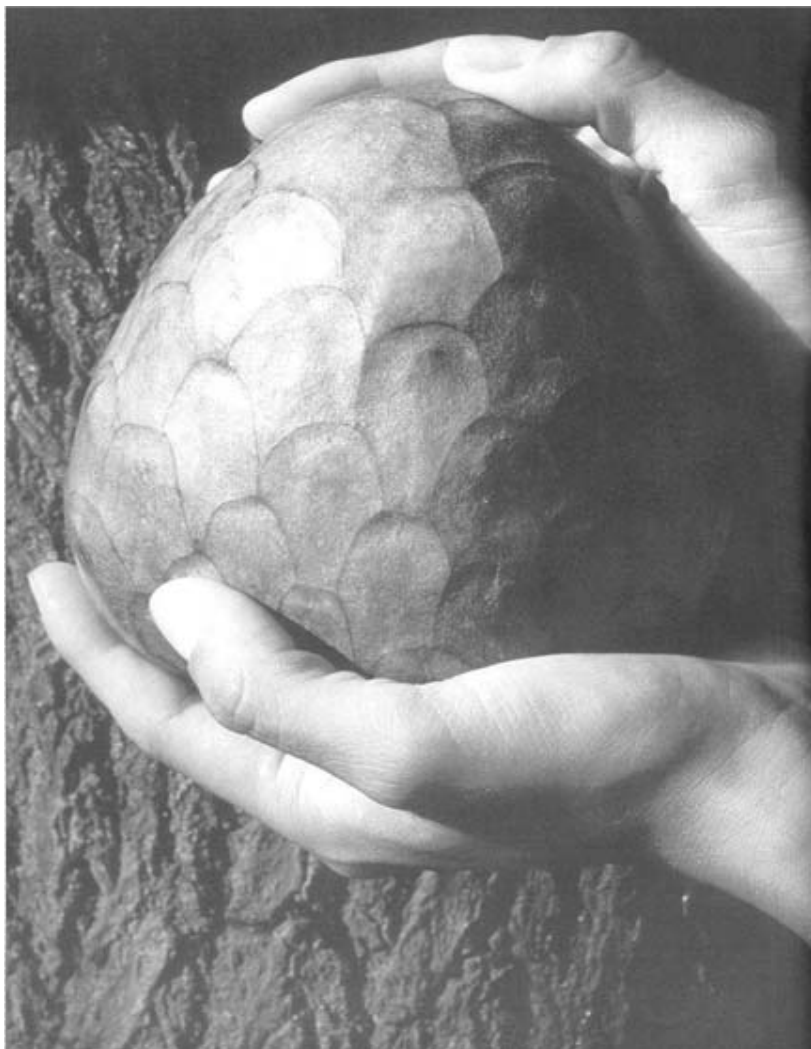
# Nuevos y más exigentes mercados



# Mucho Susto o Falta de imaginación?



# Un exceso de confianza o simple batalla comercial ?



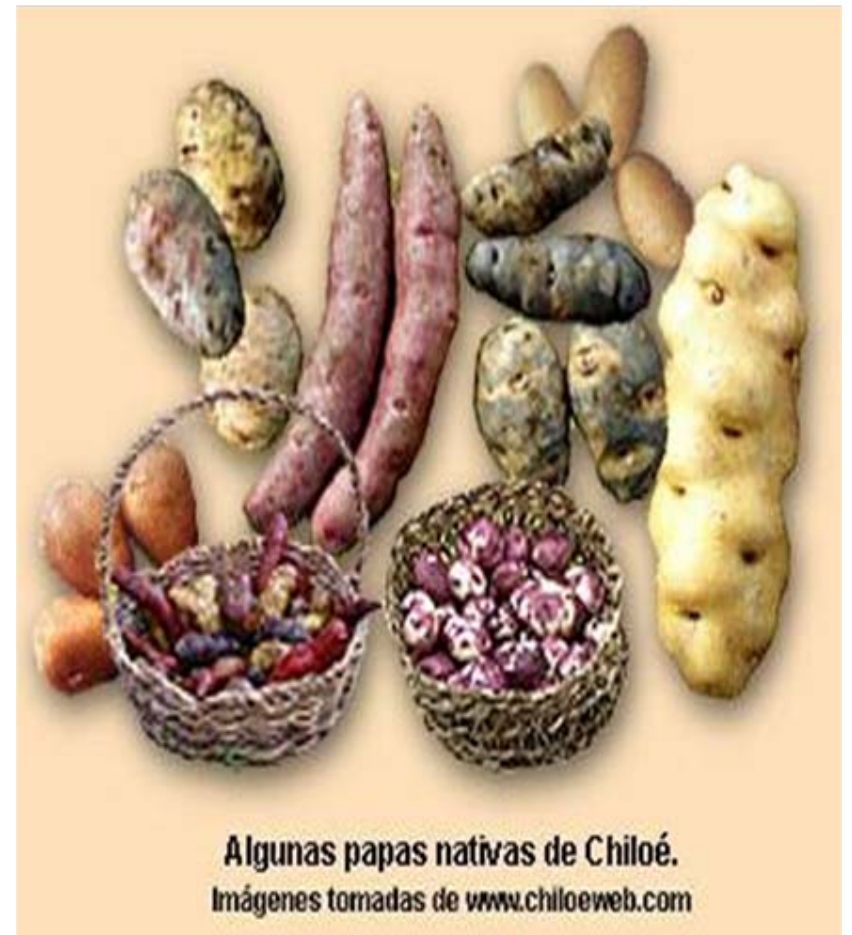
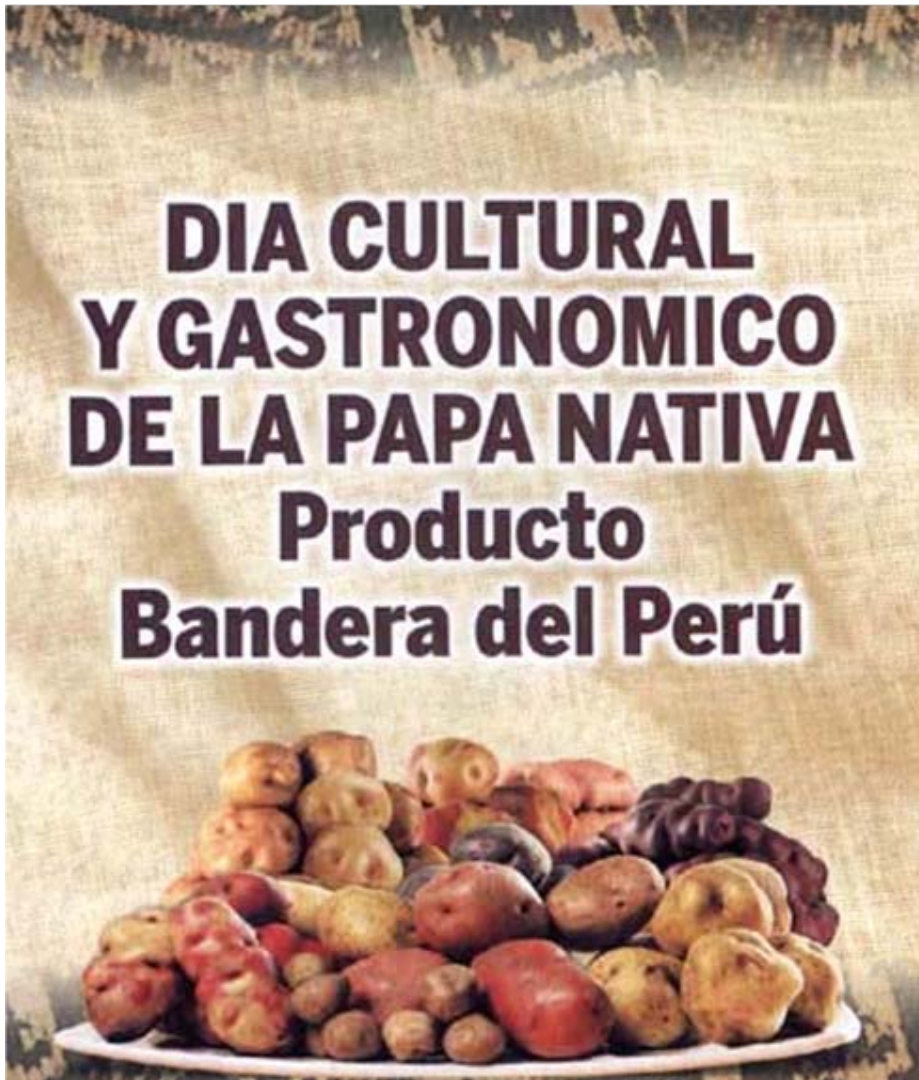
**“CHILEMOYA”**



# Los suspiros de una competencia global?



# La paternidad de la PAPA



# Fibras andinas o canguros pelucones?



# Sobresaltos telúricos de una apropiación indebida



# Economía Digital

**VIRTUALIDAD**

- mercado nicho vs. mercado masa
- cadena de valor sostenible
- economía en red
- global

- digitalización productos/ servicios
- nuevas capacidades creativas
- empresas en tiempo real
- internet

**ECONOMIA  
DIGITAL**

**ECONOMIA**

**CONOCIMIENTO**

- capital intelectual
- ideas, información
- ventaja competitiva
- creatividad principal fuente de valor
- innovación como factor de subsistencia

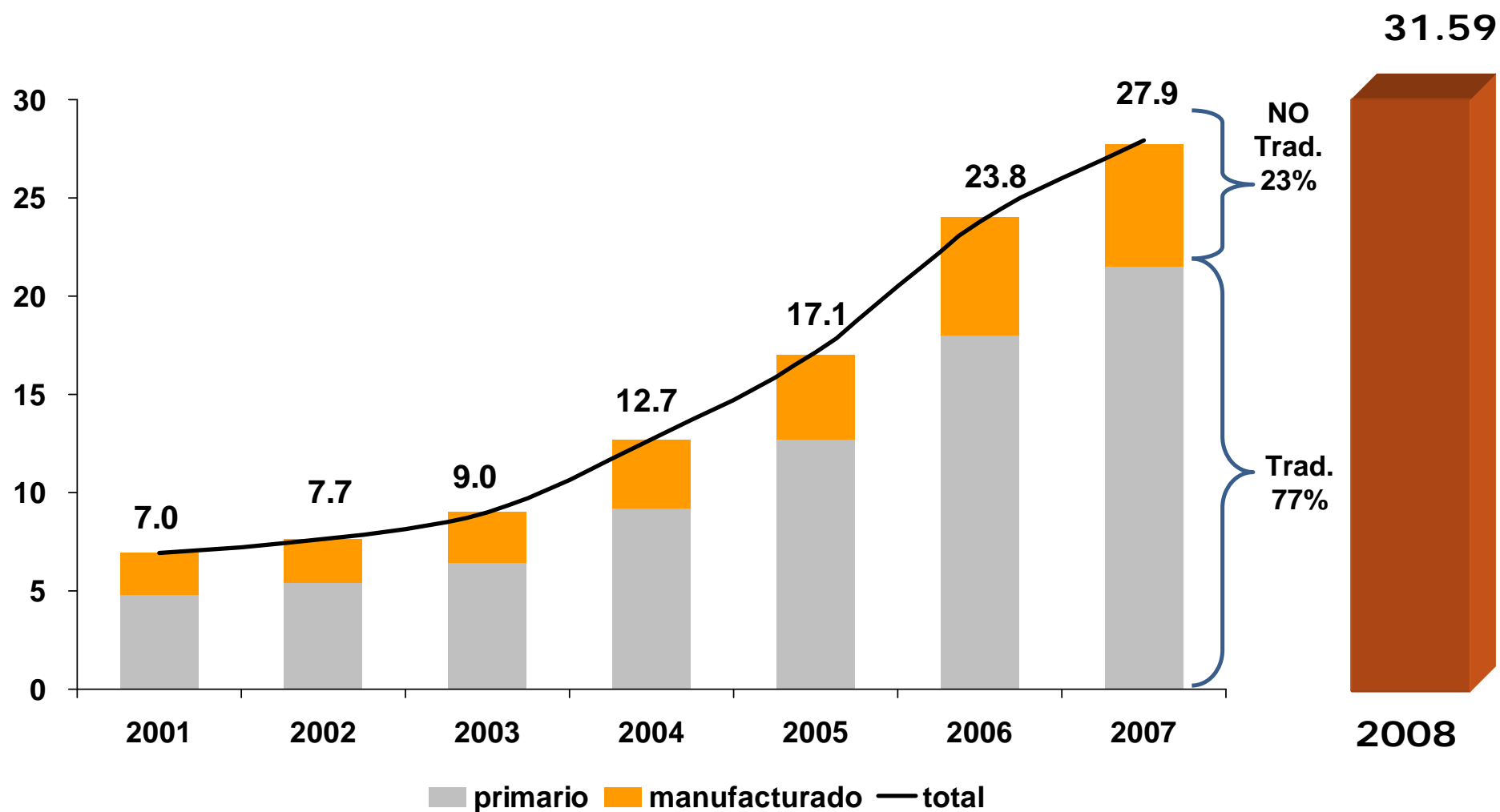
Los países latinoamericanos pueden cortar el gasto público, bajar la inflación, pagar la deuda externa, reducir la corrupción y mejorar la calidad de las instituciones políticas y seguir siendo pobres, **por no poder generar productos sofisticados.**



**BRECHA MODERNIDAD**

**Mano de obra calificada para producir productos sofisticados**

# Composición de las exportaciones peruanas

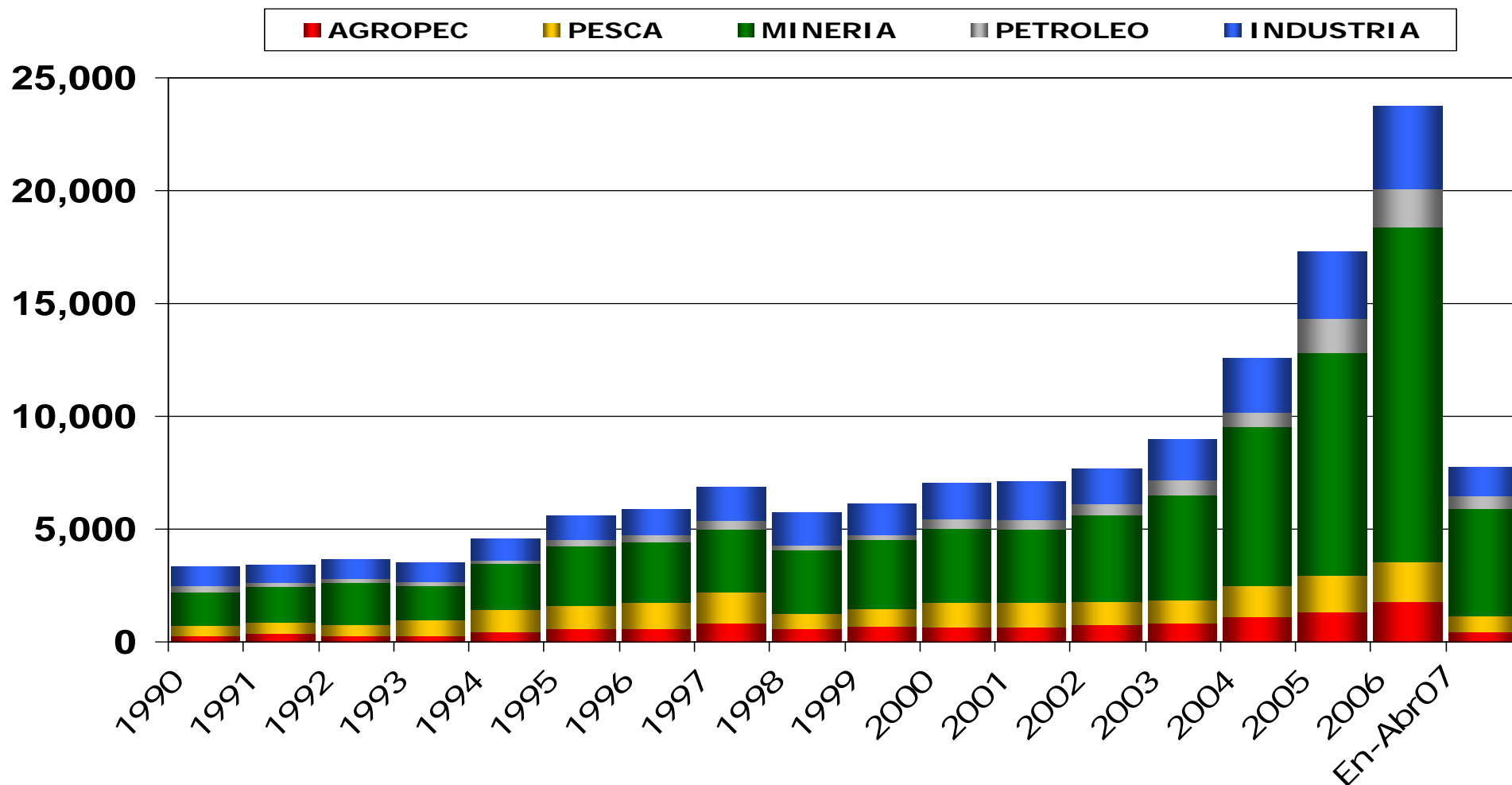


Fuente: Sunat

Elaboración: PROMPERU

# PERU: Exportaciones por Sectores Económicos

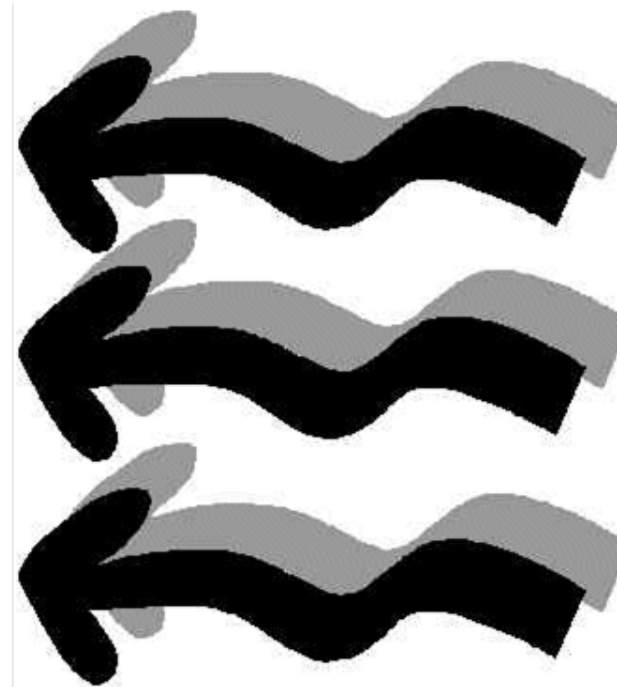
(Millones US\$ FOB) 1990 - 2007



Elaboración: F. Cilloniz. 2007. Inform@cción

Fuente: BCR-PROMPEX-ADEX

# Agregando valor y creatividad para competir en el exterior



investigación

innovación

calidad

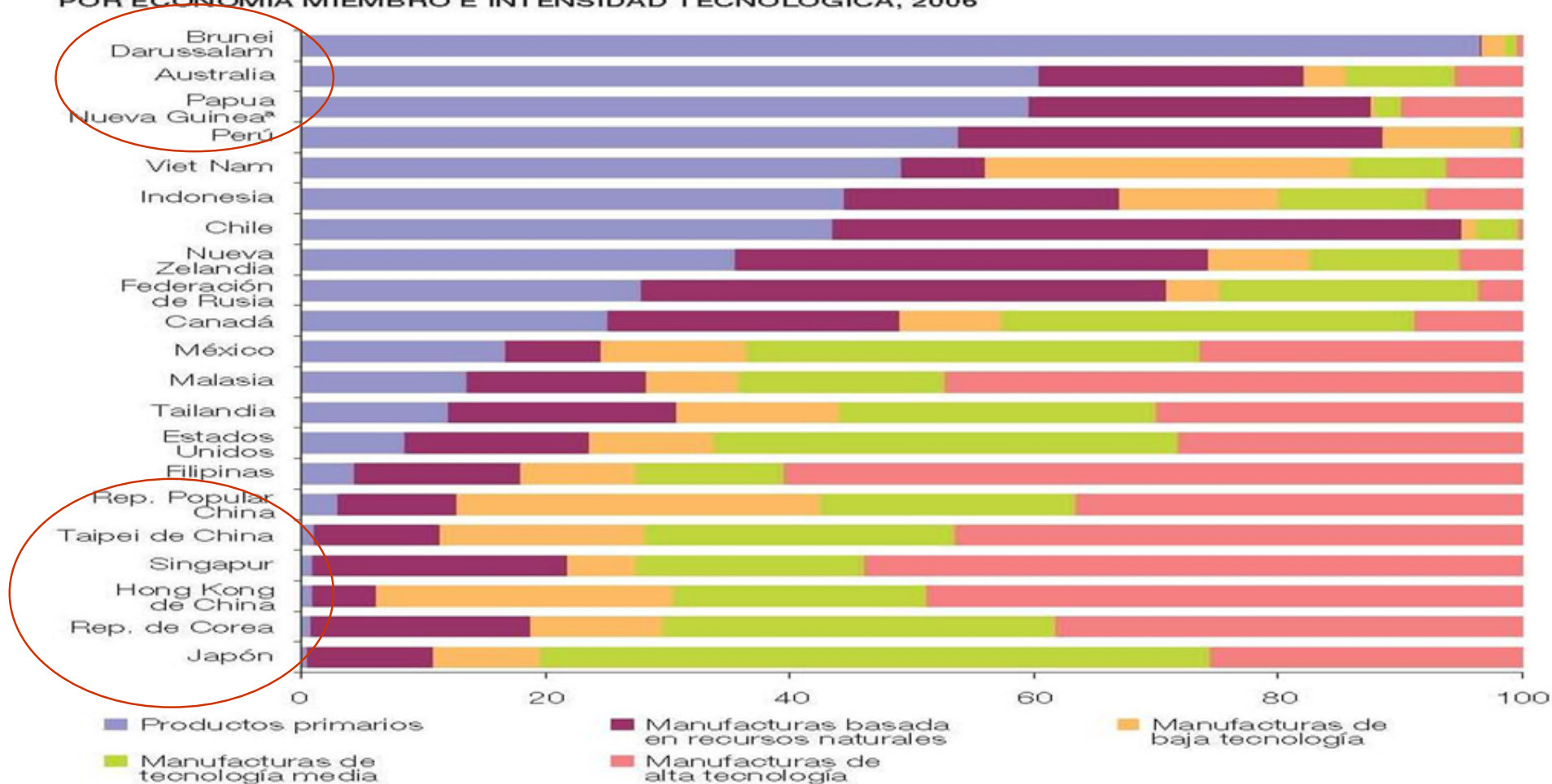
Elementos de diferenciación y  
competitividad  
Competitividad Sistémica

NT

# Factores en el valor agregado de las exportaciones

- Los efectos de las exportaciones en el crecimiento económico dependen también del contenido de valor agregado y de la generación de encadenamientos en la estructura productiva.
  - El incremento de la proporción de valor agregado en las exportaciones es sensible al **contenido tecnológico** de los bienes y servicios.
  - La capacidad de agregar valor a los productos depende crucialmente del esfuerzo realizado en **innovación**. Medidas orientadas a aplicar conceptos, ideas y métodos necesarios para la adquisición, asimilación e incorporación de nuevos conocimientos.
  - Infraestructura de la **calidad**. Fortalece la competitividad y la productividad del país a través de la disseminación de tecnologías y buenas prácticas; mejora la calidad, seguridad y salud; y garantiza el aprovechamiento sostenible de recursos naturales y la protección al consumidor y al medio ambiente

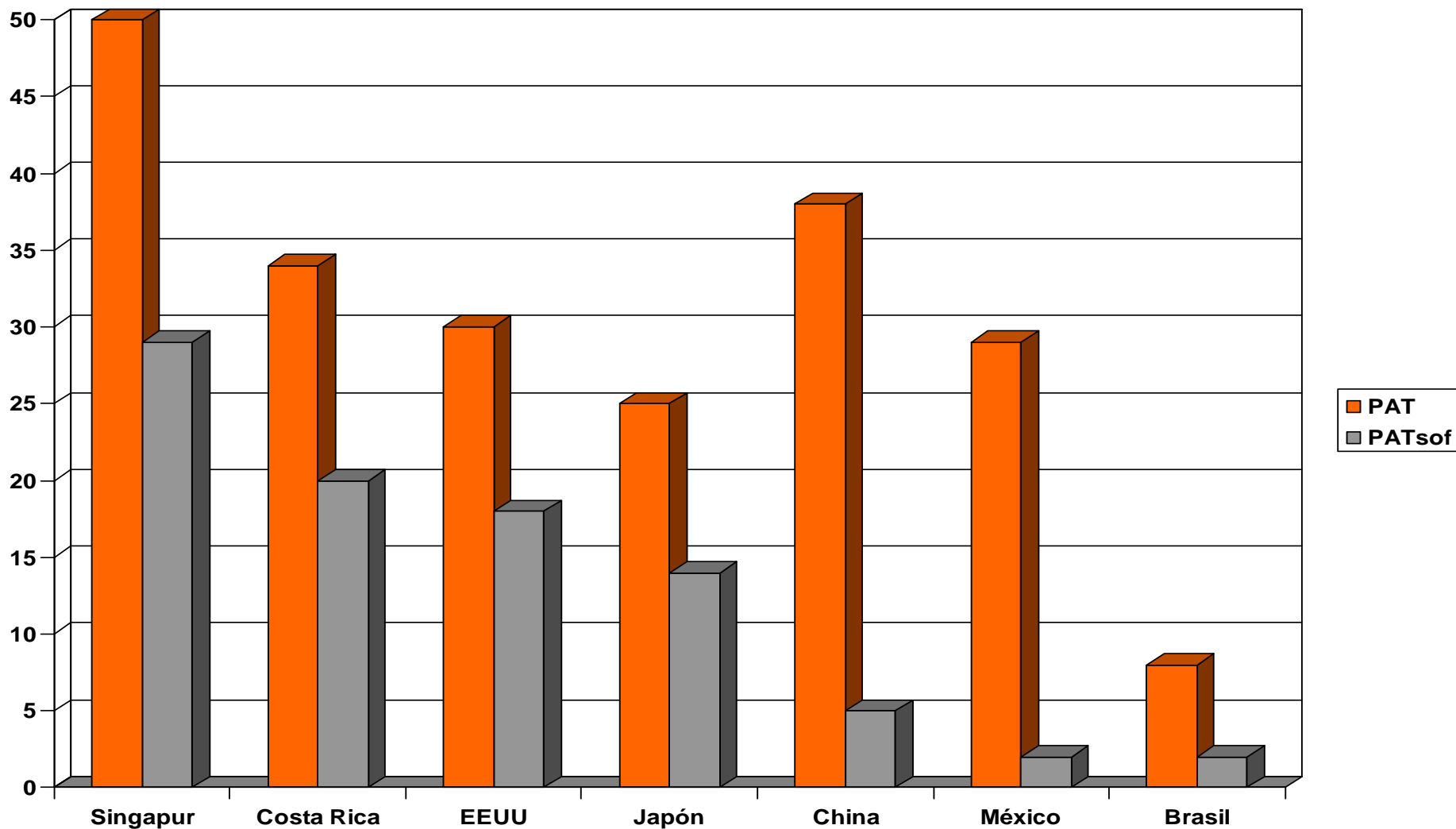
**Gráfico I.3**  
**COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES DENTRO DEL APEC,**  
**POR ECONOMÍA MIEMBRO E INTENSIDAD TECNOLÓGICA, 2006**



**Fuente:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información de Naciones Unidas, Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías (COMTRADE).  
\* Las cifras de Papua Nueva Guinea corresponden a 2004.

# Productos de Alta Tecnología (PAT) y Productos de Alta Tecnología Sofisticados (PATsof) 2006

(En porcentajes de exportaciones totales)



Fuente: CEPAL, 2008

# Midiendo la capacidad de ingreso a mercados

“Las Marcas locales muestran lo que somos; las marcas globales muestran qué queremos ser”.

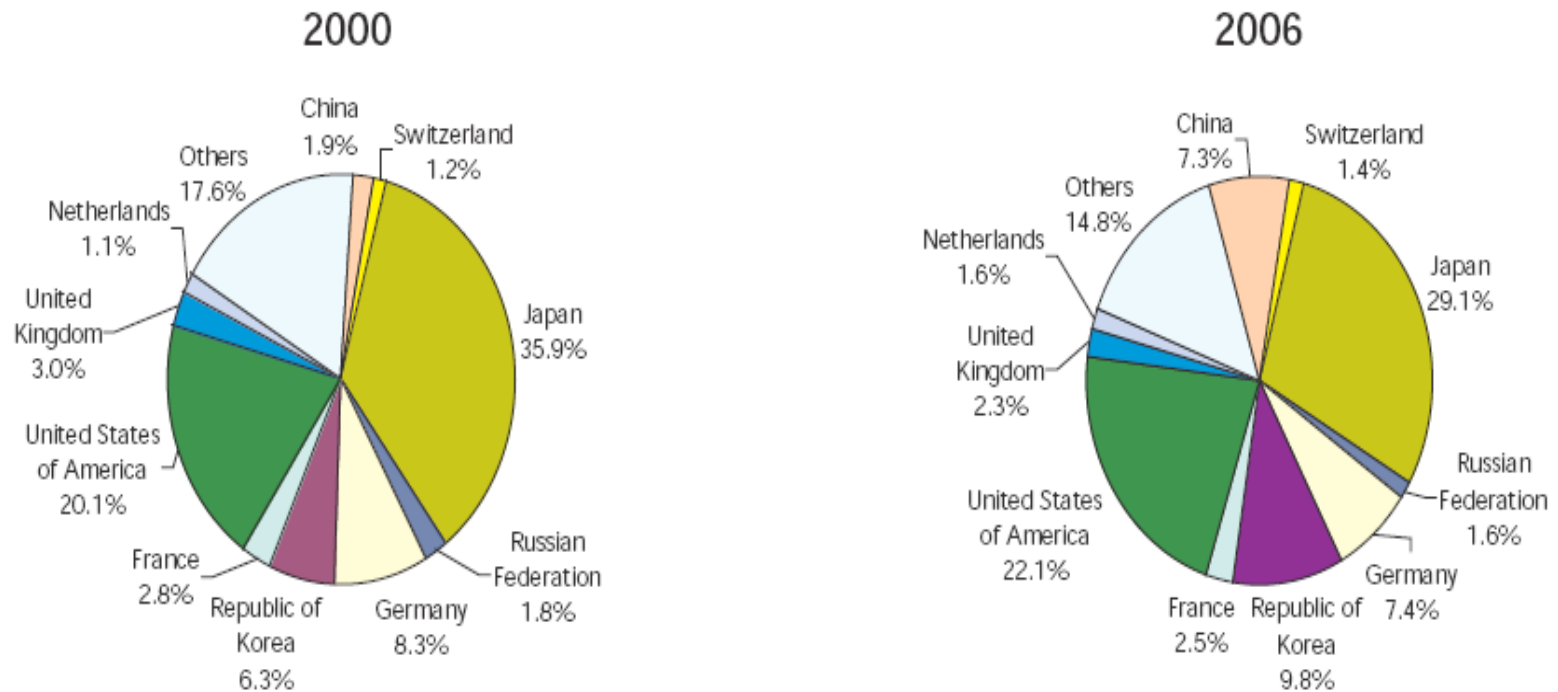


Tomado de: Marc Lieberstein. Day Pitney LLP. ASIP1 2007 Costa Rican consumer, Harvard Business School Study, 9/20/04

# Midiendo la administración del conocimiento

El progreso y la capacidad de un país de producir, proteger y aplicar conocimientos se puede medir por el número de patentes globales que genera.

Share of countries in total patent filings



Fuente: OMPI

# Realidad nacional

## SOLICITUDES OTORGADAS (2000 - Dic 2008)

Modalidades	Tipo/Año	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Patentes de Invención	Nacionales	9	14	22	16	13	5	5	15	5	104
	Extranjeras	299	523	528	528	492	371	304	312	354	3711
	Total del Año	308	537	550	544	505	376	309	327	359	3815
Modelos de Utilidad	Nacionales	32	26	50	25	18	17	12	23	12	215
	Extranjeras	11	14	8	2	2	7	1	4	4	53
	Total del Año	43	40	58	27	20	24	13	27	16	268
Diseños Industriales	Nacionales	54	93	51	61	38	42	34	22	39	434
	Extranjeras	105	131	56	83	108	142	116	151	254	1146
	Total del Año	159	224	107	144	146	184	150	173	293	1580
Certificados de Protección	Nacionales	2	3	7	9	4	7	5	10	4	51
	Extranjeras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total del Año	2	3	7	9	4	7	5	10	4	51
Certificados de Obtentor	Nacionales	0	3	4	0	1	0	0	1	2	11
	Extranjeras	0	0	0	0	1	2	0	4	13	20
	Total del Año	0	3	4	0	2	2	0	5	15	31
Contratos de Tecnología Extranjera	Nacionales	8	9	3	9	7	7	4	3	1	51
	Extranjeras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total del Año	8	9	3	9	7	7	4	3	1	51
Conocimientos Colectivos	Nacionales	0	0	0	0	0	0	2	2	23	27
	Extranjeras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Total del Año	0	0	0	0	0	0	2	2	23	27

Fuente: Dirección de Invenciones y Nuevas Tecnologías

Cuadro V.10  
**AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: IMPORTANCIA RELATIVA DEL SECTOR AGRÍCOLA  
 EN EL PRODUCTO Y LAS EXPORTACIONES**  
*(En porcentajes)*

	Proporción del PIB <sup>f</sup>		Proporción de las exportaciones de 2005 <sup>g</sup>	
	1990	2005	Agrícolas	Agroindustriales
Países grandes <sup>a</sup>	5,9	6,3	17,1	10,3
Países medianos <sup>b</sup>	10,1	8,3	11,2	4,1
Países chicos de América del Sur <sup>c</sup>	11,1	12,4	39,9	6,9
Centroamérica <sup>d</sup>	18,7	16,2	29,0	12,0
Caribe <sup>e</sup>	14,4	11,3	17,9	18,4
América Latina	10,1	9,9	19,3	9,9
América Latina y el Caribe	8,2	7,9	19,3	9,7

**Fuente:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de cifras oficiales y Naciones Unidas, Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías (COMTRADE).

<sup>a</sup> Argentina, Brasil y México

<sup>b</sup> Chile, Colombia, Perú y República Bolivariana de Venezuela

<sup>c</sup> Bolivia, Ecuador, Paraguay y Uruguay

<sup>d</sup> Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá

<sup>e</sup> Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, República Dominicana, Saint Kitts y Nevis, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Suriname y Trinidad y Tabago.

<sup>f</sup> Promedio ponderado por el PIB agrícola.

<sup>g</sup> Promedio ponderado por las exportaciones agrícolas y agroindustriales respectivamente.

# Cuánto se invierte en el Perú en investigación y desarrollo?

“No hay datos recientes, pero se estima que se gastaba el 0,14% del PBI al 2004, unos US\$ 90 millones en el mejor de los casos. Hay otros estimados que dicen que los montos son menores. El Perú llegó en 1980 a tener un nivel de gasto en I&D de US\$ 120 millones de esa época, que ahora serían como US\$ 500 millones “.

Cuadro III.1  
**INDICADORES DE LA BASE CIENTÍFICA Y DE LOS ESFUERZOS Y EFICACIA DE LA INNOVACIÓN**

	Esfuerzos orientados a la innovación					Eficacia de los esfuerzos por innovar		
	Número de investigadores por cada millón de habitantes (promedio 2000-2004)	Gasto en I+D en porcentajes del PIB (promedio 2002-2004)	Gasto en I+D según sector de financiamiento (en porcentajes del total, promedio 2000-2004)			Número de artículos científicos y técnicos por cada millón de habitantes (2003)	Número de patentes otorgadas por la USPTO <sup>d</sup> (acumulado 2000-2006)	Patentes otorgadas por la USPTO como porcentaje del total concedido a no residentes (acumulado 2000-2006)
			Gobierno	Empresas	Otros <sup>c</sup>			
Argentina	727	0,42	43	26	31	81	330	0,060
Bolivia	120	0,26	20	16	64	4	2	0,000
Brasil	434	0,94	58	40	2	48	738	0,135
Chile	682	0,68	47	42	11	94	88	0,016
Colombia	105	0,17	13	47	40	8	58	0,011
Costa Rica	...	0,37	...	...	...	20	27	0,005
Ecuador	47	0,07	...	...	...	2	15	0,003
Guatemala	...	0,08	...	...	...	1	7	0,001
Honduras	...	0,06	...	...	...	2	4	0,001
México	321	0,43	55	35	10	37	568	0,104
Panamá	97	0,31	29	0	71	12	8	0,001
Paraguay	80	0,09	63	0	37	1	1	0,000
Perú	...	0,12	...	...	...	5	23	0,004
Uruguay	366	0,22	17	47	36	57	10	0,002
América Latina y el Caribe	298 <sup>b</sup>	0,55	55	37	8	27	1 879	0,34
Grupo de los Siete	3 412 <sup>a,b</sup>	2,5	28	64	8	613	424 785	63,33
Australia	3 924	1,62	41	51	8	794	6 530	1,197
Nueva Zelandia	3 945	1,16	45	38	16	759	906	0,166
China	517	1,27	28	63	9	23	2 367	0,434
India	120 <sup>a</sup>	0,7	76	20	4	12	2 128	0,390
Malasia	300 <sup>a</sup>	0,6	27	61	12	21	550	0,1
Rep. de Corea	3 187 <sup>a</sup>	2,59	24	74	2	288	29 270	5,366
Singapur	4 699	2,14	41	52	7	743	2 558	0,469
Finlandia	7 749	3,47	26	70	4	1 000	5 612	1,029
Irlanda	2 521	1,12	30	61	10	440	1 068	0,196
Noruega	4 595	1,71	42	49	9	726	1 724	0,316
España	2 189	1,07	40	48	12	401	1 983	0,364
Mundo	...	2,23	31	62	7	158	1 141 751	...

**Fuente:** Banco Mundial, Knowledge Assessment Measure (KAM); Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), *Main Science and Technology Indicators*, Paris, 2007.

<sup>a</sup> Información correspondiente al año 2004.

<sup>b</sup> Corresponde al promedio simple.

<sup>c</sup> Incluye instituciones de educación superior, instituciones privadas sin fines de lucro y fondos del exterior.

<sup>d</sup> Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos.

# ¿ Cómo articular el sistema de propiedad intelectual para la apertura de mercados externos?

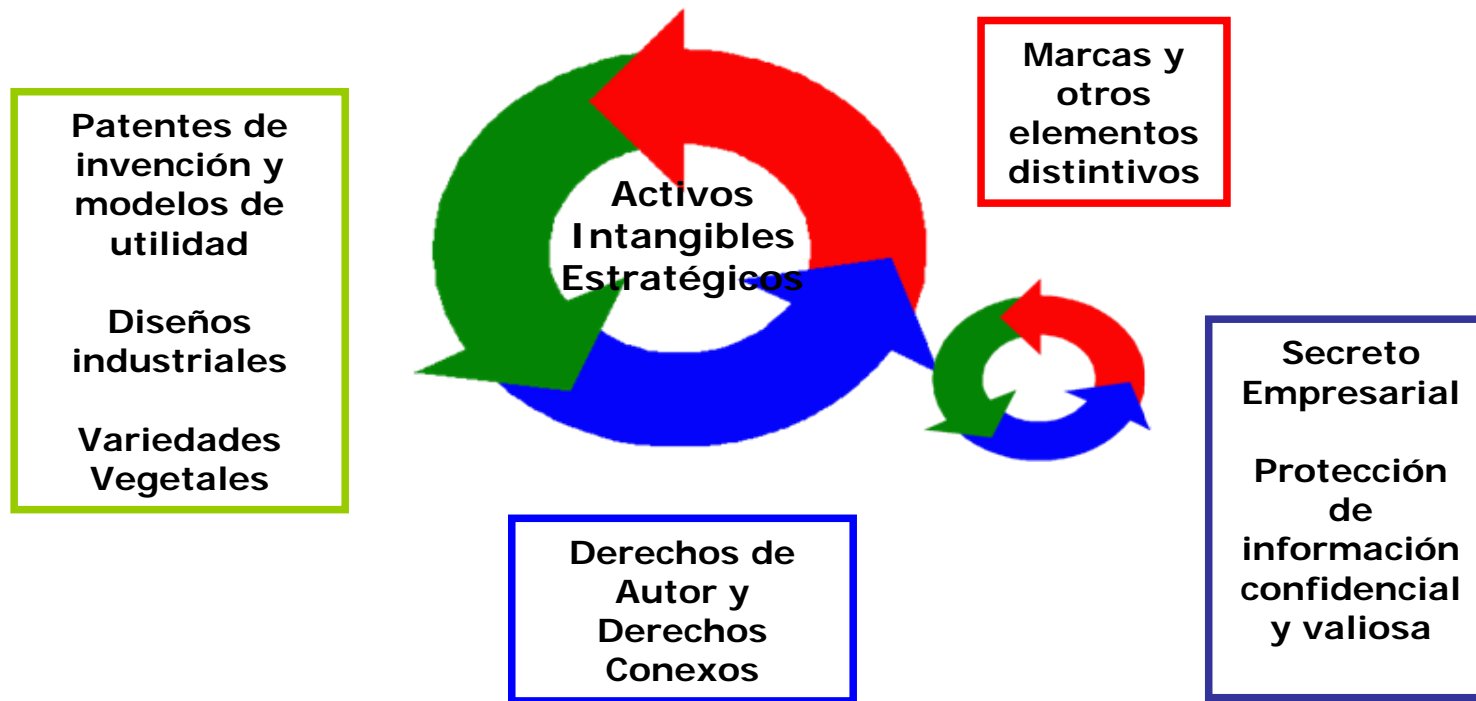
**Propiedad Intelectual**

A hand is shown reaching out from the right side of the frame towards the text 'Propiedad Intelectual'. The background is dark with many small white specks, resembling a starry sky or a digital space.

**Herramienta para impulsar procesos de transformación productiva que permitan ampliar y modificar las modalidades tradicionales de inserción en la economía mundial, agregando valor y conocimiento a los productos**

# Propiedad Intelectual

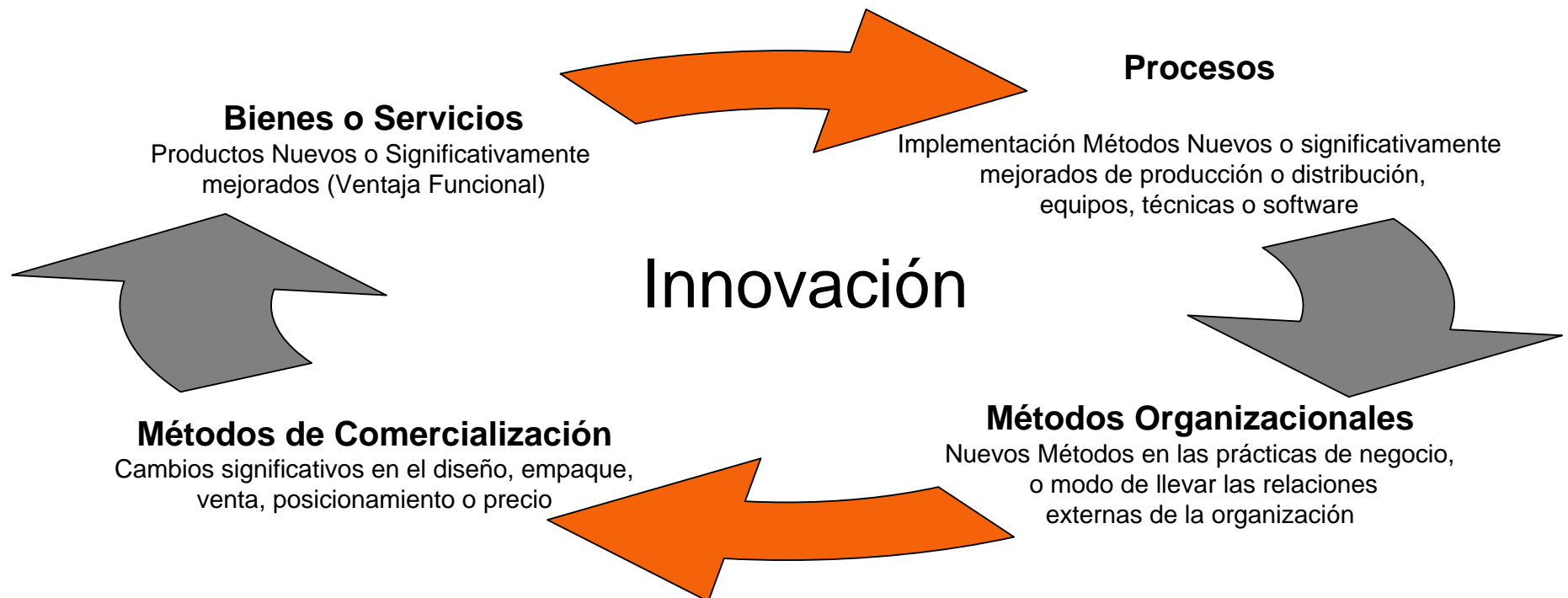
La Propiedad Intelectual es el instrumento que permite la **“apropiabilidad”** y protección de las creaciones e innovaciones empresariales.



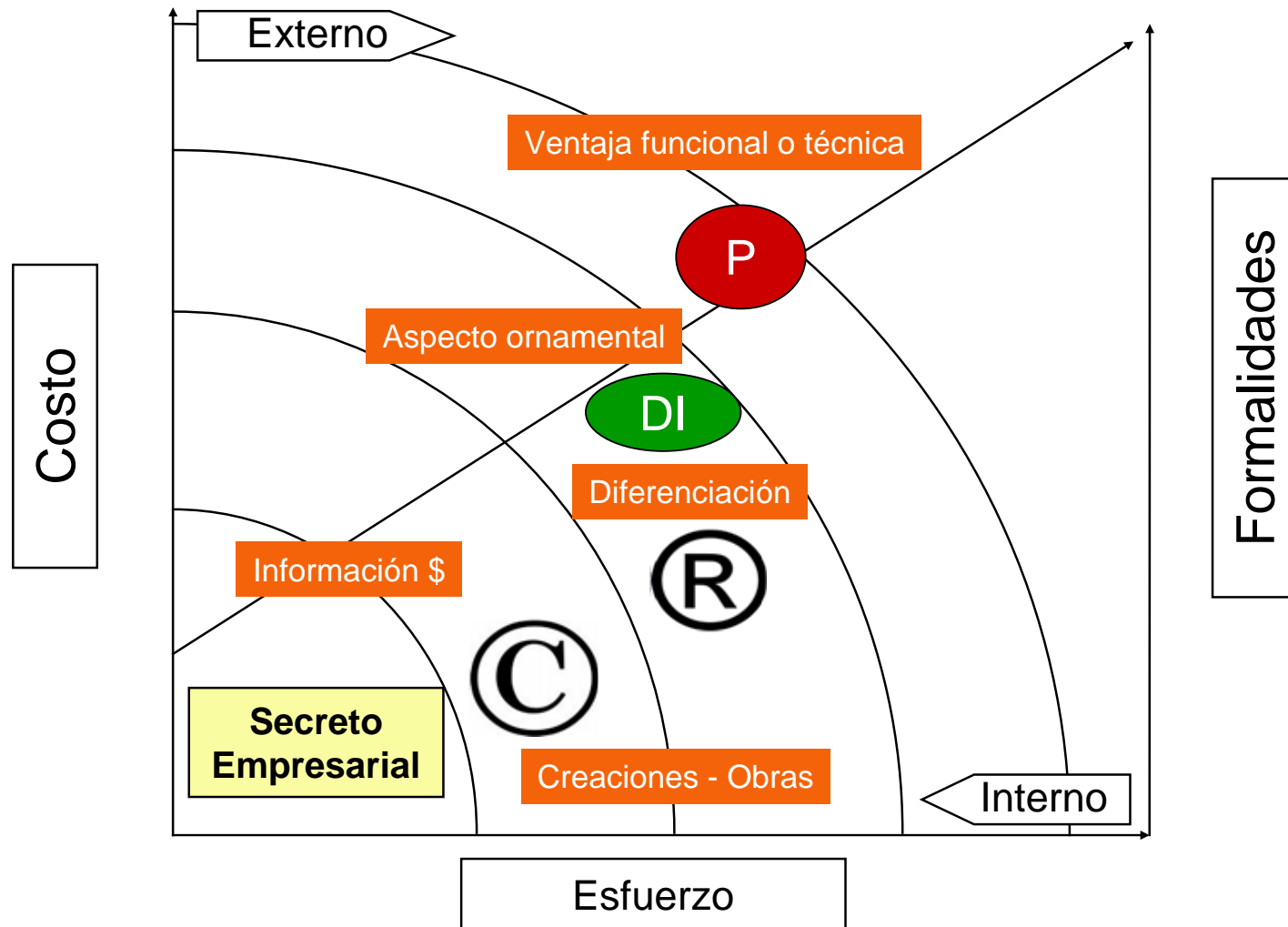
# Gestión de la Innovación para mercados ampliados

Es la manera en que las empresas identifican, capitalizan y explotan su potencial innovador

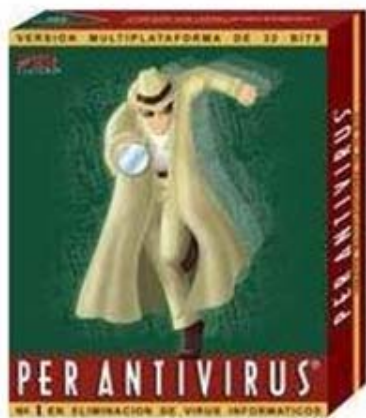
Deriva en las acciones planificadas y orientadas para lograr la apropiación o mantener la exclusividad sobre el uso o explotación de las innovaciones



# Estrategia para administración de la propiedad intelectual

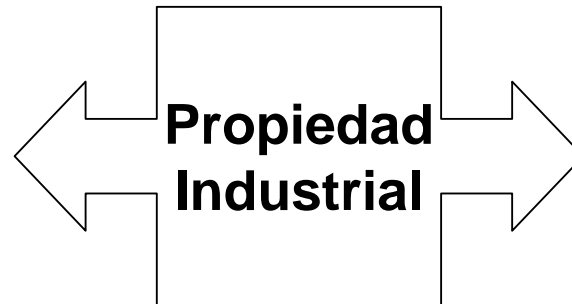


# La propiedad intelectual para la competencia en los mercados



# Estrategia Competitiva

- Tradición
- Producción
- Origen



- Calidad
- Historia
- Producto alternativo



Transformando los signos distintivos en activos intangibles reconocidos y remunerables. El consumidor internaliza las características o cualidades que representa el producto

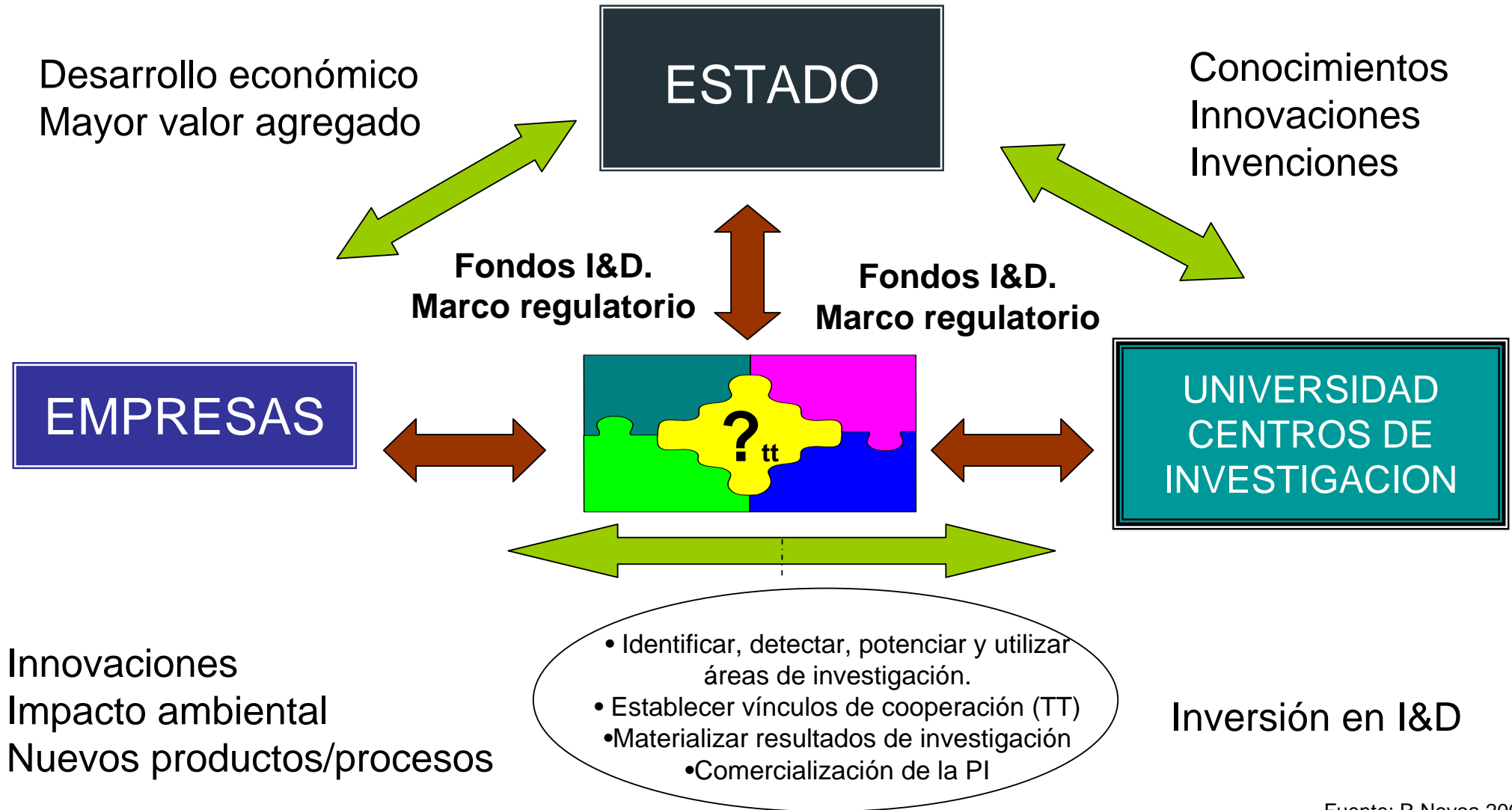
## Aspectos de PI en las decisiones de incursión de nuevos mercados

- **Principio de Territorialidad.** La protección no es automática en otros territorios. Excepción derechos de autor.
- **Sistema armonizado pero con diferencias importantes en la protección de los DPI.** Ej. Prueba de uso marcas, primer inventor – primer solicitante.
- **Ingreso a mercados de exportación sin protección y sin constatar posibilidad de afectación competidores.** Incapacidad de defensa. Infracción a los DPI.
- **Uso de mecanismos internacionales de facilitación** en las decisiones de trascender fronteras. Convenios Internacionales. Derecho de Prioridad. CAN (oposición andina). PCT. UPOV.

# Aspectos de PI en las decisiones de incursión de nuevos mercados

- **Divulgación de información** sobre innovación. Pérdida de la posibilidad de protección (novedad).
- **Contratos** de licencia y Acuerdos de Confidencialidad
- **Información Documentos de Patentes:** (Fuente: OMPI)
  - Iniciar actividad de investigación
  - Analizar compra de tecnología
  - Diagnosticar patentabilidad
  - Definir estrategias de comercialización
  - Evaluar proyectos
  - Aportar criterios para determinar y jerarquizar los temas que serán objeto de I+D
  - Recopilar datos acerca del origen y destino de las tecnologías
  - Propiciar el uso de tecnologías que de acuerdo al carácter temporal y territorial de los derechos de propiedad industrial pueden ser libremente empleadas.

# Políticas públicas y privadas



**MUCHAS GRACIAS**

**E|E|A** Estudio Eche copar  
Abogados

**Luis Alonso García Muñoz-Nájar**  
**[luisalonso.garcia@echecopar.com.pe](mailto:luisalonso.garcia@echecopar.com.pe)**

**Estudio Eche copar Abogados**

Av. De la Floresta 497, Piso 5

San Borja, Lima 41, Perú

Tel: +51 (1) 618 8500

**[www.echecopar.com.pe](http://www.echecopar.com.pe)**