

Comité Asesor sobre Observancia

Decimoséptima sesión
Ginebra, 4 a 6 de febrero de 2025

EXPERIENCIAS NACIONALES EN MATERIA DE SENSIBILIZACIÓN

Contribuciones preparadas por el Japón, Filipinas y la India

En la decimosexta sesión del Comité Asesor sobre Observancia (ACE), celebrada del 31 de enero al 2 de febrero de 2024, el Comité acordó examinar, en su decimoséptima sesión, entre otros temas, el “intercambio de información sobre experiencias nacionales en relación con actividades de sensibilización y campañas estratégicas utilizadas como medio para fomentar el respeto por la PI entre la población en general, especialmente los jóvenes, de conformidad con las prioridades en materia de educación o de otra índole de los Estados miembros”. A tal efecto, en el presente documento se recogen las contribuciones de tres Estados miembros, los cuales comparten sus experiencias acerca de la formulación y la aplicación de iniciativas de sensibilización centradas en abordar los perjuicios causados por la vulneración de los derechos de PI y las áreas de la sensibilización sobre la PI en las que existe margen de mejora.

1. En la contribución del Japón se describe la manera en que la Oficina Japonesa de Patentes (JPO) aborda el comportamiento de los compradores en la adquisición de bienes falsificados, sobre todo en lo que respecta al aumento de las transacciones de comercio electrónico, entre ellas las que se llevan a cabo entre particulares. A pesar de las campañas de sensibilización destinadas a los consumidores, el consumo nacional de productos falsificados sigue incrementándose. Para combatir esta situación, la JPO ha incorporado en los planes de estudios de los institutos la sensibilización sobre los perjuicios que generan las falsificaciones. Desde el lanzamiento de la iniciativa se ha observado una mayor concienciación de los estudiantes acerca del problema que representan los productos falsificados. En la contribución también se pone de relieve el objetivo a largo plazo de la iniciativa, que es inculcar el respeto de la PI a las generaciones más jóvenes y, en un futuro, reducir el perjuicio que están causando las falsificaciones.

2. En la contribución de Filipinas se destacan las experiencias de este país en la realización de múltiples campañas de comunicación para abordar las lagunas en materia de sensibilización

de la ciudadanía acerca de la PI que se detectaron en el país durante la fase de pruebas del proyecto “Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores”. En la contribución se describen iniciativas como el “Proyecto sobre PI y periodismo ciudadano para las escuelas”, una actividad para la sensibilización de los consumidores, que se realizó en tres fases y contó con la colaboración de la OMPI (en esta actividad tomó parte un personaje famoso, en calidad de “Embajador contra la piratería”), o las campañas digitales de lucha contra la piratería y la falsificación. También se señala que está previsto realizar una encuesta tras las campañas para evaluar la eficacia de las actividades

3. En la contribución de la India se destaca el papel crucial de las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) en la economía del país, sobre todo en la generación de empleo y en el fomento de la innovación y el desarrollo. Asimismo, se explican los desafíos a los que se enfrentan las mipymes para proteger sus derechos de PI y velar por la observancia de estos, y también se describen las iniciativas actuales del Gobierno para promover y apoyar la protección de la PI y la observancia de estos derechos. Figuran entre ellas las campañas de sensibilización a nivel nacional destinadas a las mipymes y a los centros especializados de apoyo a la PI, concebidos específicamente para ayudar a las mipymes a proteger sus derechos de PI y velar por su observancia. En esta contribución se presentan los obstáculos que aún impiden a las mipymes hacer respetar sus derechos de PI. En ese contexto, se recomienda aumentar la colaboración entre los sectores público y privado y aplicar soluciones de carácter tecnológico para favorecer que estas empresas puedan proteger y hacer respetar sus derechos de PI.

4. Las contribuciones se presentan en el orden siguiente:

Situación actual de las iniciativas nacionales de sensibilización sobre productos falsificados ...	3
Actividades de sensibilización para luchar contra la falsificación y la piratería: enfoque estratégico para mejorar el conocimiento sobre la propiedad intelectual (PI) en Filipinas y fomentar el respeto de los derechos de PI	8
Iniciativas de sensibilización emprendidas por el Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas de la India en materia de propiedad intelectual	17

[Siguen las contribuciones]

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS INICIATIVAS NACIONALES DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE PRODUCTOS FALSIFICADOS

*Contribución preparada por el Sr. Shinichiro Hara, director de la Oficina de Apoyo a la Actividad Empresarial en el Extranjero, División de Cooperación Internacional, Oficina Japonesa de Patentes (JPO), Tokio (Japón)**

RESUMEN

La Oficina Japonesa de Patentes está tratando de dar respuesta a varios problemas relacionados con los productos falsificados, en colaboración con el sector industrial y los ministerios pertinentes. Ante el aumento de las transacciones de comercio electrónico, entre ellas las que se llevan a cabo entre particulares, la Oficina ha realizado varias campañas de sensibilización dirigidas a los consumidores para informarles sobre los perjuicios que generan los productos falsificados. Sin embargo, según una encuesta realizada entre las empresas, en el país no se observa una disminución del consumo de productos falsificados; al contrario, parece estar aumentando.

Para atajar la situación, a partir del ejercicio fiscal de 2023, se vienen adoptando medidas para abordar, en la asignatura de ciencias sociales que se imparte en los institutos de secundaria, el problema de los productos falsificados. Esta iniciativa tiene como objetivo que los jóvenes entiendan que los productos falsificados causan problemas relevantes que repercuten tanto en sus vidas como en otras cuestiones de alcance mundial. Con su inclusión en los programas de estudios de numerosos institutos, se busca inculcar el respeto de la PI a las generaciones más jóvenes y, a largo plazo, reducir los perjuicios que las falsificaciones causan en el Japón.

I. SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL JAPÓN

Visión general

1. En 2023, se prevé que la escala del mercado de comercio electrónico entre empresas y consumidores (comercio electrónico B2C) en el Japón alcance los 24,8 billones de yenes (156 700 millones de dólares de los Estados Unidos), lo que representa un aumento anual del 9,23 %. Además, se estima que el tamaño del mercado de comercio electrónico entre empresas (comercio electrónico B2B) en el Japón para el año fiscal de 2023 se situó en los 465,2 billones de yenes (2,9 billones de dólares de los Estados Unidos), lo que supone un crecimiento anual del 10,7 %. La tasa de penetración del comercio electrónico también progresa, como demuestran el 9,38 % en el comercio electrónico B2C (un aumento de 0,25 puntos porcentuales respecto al año anterior) y el 40 % en el comercio electrónico B2B (2,5 puntos porcentuales más que en el ejercicio precedente), lo cual evidencia que sigue avanzando la migración al espacio digital de las transacciones comerciales.

2. Comportamiento de los consumidores: con la pandemia de COVID-19 se aceleró la migración hacia las compras en línea, y muchos consumidores se habituaron a adquirir bienes y servicios en Internet. Tras la reapertura de las tiendas físicas, esta tendencia no se ha detenido.

El comercio electrónico B2C en la distribución minorista

3. El comercio electrónico B2C en el sector minorista aumentó en 676 300 millones de yenes (4 300 millones de dólares) con respecto al año anterior, hasta los 14,676 billones de yenes (92 700 millones de dólares), lo cual representa un aumento anual del 4,83 % y aproximadamente el 59 % del mercado total. La tasa de penetración del comercio electrónico

en este sector fue del 9,38 % (un aumento de 0,25 puntos porcentuales con respecto al año anterior).

El comercio electrónico C2C

4. En los últimos años, el comercio electrónico C2C ha experimentado una rápida progresión, y se ha hecho un hueco entre los canales de comercio electrónico. Se estima que el tamaño del mercado de comercio electrónico entre particulares (comercio electrónico C2C) en el Japón para el año fiscal de 2023 se sitúa en torno a los 2,4817 billones de yenes (15 700 millones de dólares), un crecimiento interanual del 10,7 %. Desde finales del decenio de 2010, el crecimiento del mercado C2C se ha visto impulsado principalmente por las aplicaciones de venta entre particulares.

5. La expansión del comercio electrónico ha facilitado considerablemente las transacciones para los consumidores. Además, la difusión de las aplicaciones de venta entre particulares ha contribuido al crecimiento del mercado de segunda mano, que fomenta la economía circular y, por lo tanto, contribuye a dar respuesta a problemas sociales existentes. No obstante, esta evolución también presenta ciertos aspectos negativos. Por ejemplo, se ha observado que un escollo persistente es el de los vendedores que se hacen pasar por consumidores de buena fe, y que los consumidores, en particular los más jóvenes, no solo utilizan estas plataformas para comprar, sino que también se están convirtiendo en vendedores de productos falsificados, con lo que podrían estar cometiendo un delito de falsificación.

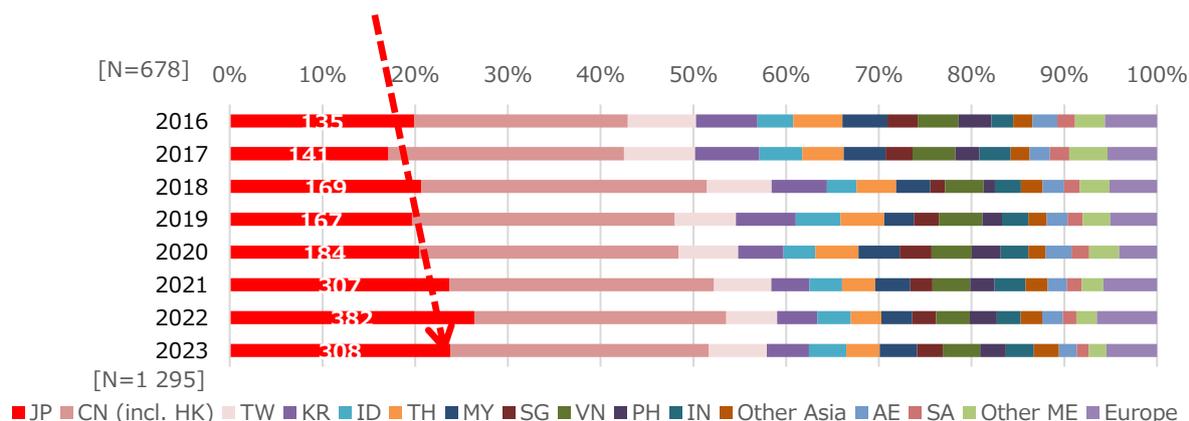
II. SITUACIÓN ACTUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS FALSIFICADOS EN EL JAPÓN

6. La Oficina Japonesa de Patentes lleva a cabo encuestas anuales para recopilar datos que resultan esenciales en la planificación y formulación de las políticas de PI del país. Con esas encuestas se busca obtener una visión fidedigna de las actividades de PI entre los particulares, las empresas, las universidades y las instituciones públicas de investigación del Japón. Por ejemplo, se estudian la magnitud de los perjuicios causados por la falsificación y las medidas adoptadas por las empresas titulares de derechos para combatir ese problema. La encuesta más reciente¹ se dirigió a más de 7 000 entidades.

7. En el gráfico que figura a continuación se describe a qué grupos va destinada la encuesta: solicitantes en el Japón (empresas, individuos, universidades e instituciones públicas de investigación) que hayan presentado cinco o más solicitudes para cualquiera de los siguientes derechos de PI (patentes, modelos de utilidad, dibujos y modelos industriales o marcas) en los dos años anteriores al de la encuesta.

¹ https://www.jpo.go.jp/resources/statistics/chizai_katudo/2023/gaiyou.html#taisyou

Tendencias en países/regiones de consumo
 (Respuestas múltiples; no se incluyen África, América y Oceanía)



8. Según las respuestas de las empresas encuestadas, si bien los productos falsificados que se consumen en el extranjero siguen causando un perjuicio considerable, se observa una prolongada tendencia creciente en la proporción de productos falsificados que se consumen en el mercado nacional.

III. CAMPAÑAS NACIONALES DE SENSIBILIZACIÓN RESPECTO DE LOS PRODUCTOS FALSIFICADOS

9. La Oficina Japonesa de Patentes lleva a cabo campañas desde 2017 para sensibilizar a los consumidores del país sobre diversas cuestiones relacionadas con los productos falsificados.

10. Inicialmente, esas campañas se centraban en alertar al público en general sobre los perjuicios que conllevaban para la sociedad las transacciones de productos falsificados. Con el tiempo, el mensaje de estas campañas evolucionó para dirigirse a los consumidores más jóvenes que compran en línea, haciendo hincapié en que el comercio de productos falsificados “no mola”. Para complementar esas modificaciones en el mensaje, también se ha migrado la campaña de los medios tradicionales, como los carteles, a otros más adaptados, como un sitio web dedicado o los medios sociales, en los que, en aras de la divulgación de los nuevos mensajes, se ha recurrido a la colaboración con influenciadores conocidos.

11. Desde finales del decenio de 2010, se aprecia un aumento notable en las transacciones C2C, sobre todo entre los grupos demográficos más jóvenes que utilizan aplicaciones de venta entre particulares. Al mismo tiempo, la proliferación de los medios sociales ha aumentado la exposición de los consumidores a los productos falsificados. La digitalización de las herramientas de fabricación, como las impresoras 3D, también ha mejorado la precisión con la que se pueden fabricar productos falsificados. Además, se ha registrado un aumento en los vendedores que se hacen pasar por particulares en las plataformas de C2C para vender artículos falsificados. En esta campaña se ha colaborado con operadores de populares aplicaciones de venta entre particulares para sensibilizar no solo acerca de los riesgos de comprar productos falsificados, sino también sobre las consecuencias de venderlos, por ejemplo la posibilidad de sanciones penales.

Evolution of Anti-Counterfeit Awareness Raising Campaigns

	Late 2000s-	Late 2010s-	2020s
Target	General consumers→ [People knowingly buying counterfeit goods]	20s and teens→ [People buying counterfeit goods without knowing it]	Teens and High School Students
Message	Focusing on social issues such as the sources of funding for organized crime, and appealing to feelings of guilt	How to distinguish counterfeit products. Peer pressure, egocentric and heteronomous perspectives	Developing lessons that encourage students to think by themselves about the issue of counterfeit goods
Media	Poster distribution → Special website →	Social media use, including influencer →	Introduction into school education and creation of mascot character

12. Sin embargo, como se ha señalado en la sección II, no se observa una tendencia a la disminución de los perjuicios causados por las falsificaciones en el mercado nacional; más bien lo contrario. Por consiguiente, urge llevar a cabo una reevaluación completa de los métodos de sensibilización que se están aplicando.

IV. INCORPORACIÓN EN EL SISTEMA EDUCATIVO DE LA SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS FALSIFICADOS

13. Anteriormente, la enseñanza sobre PI en primaria y secundaria se limitaba a aspectos de la generación de este tipo de derechos, pero no incluía la sensibilización acerca de los perjuicios causados por los productos falsificados. A la luz de la situación descrita en la sección II, se ha comenzado a aplicar una nueva iniciativa, además de las campañas mencionadas en la sección III, a saber, la incorporación en la asignatura de ciencias sociales de los institutos de contenidos educativos destinados a sensibilizar a los estudiantes sobre los efectos negativos de los productos falsificados. El objetivo es que los jóvenes, en particular aquellos que empiezan a comprar y vender en aplicaciones de este tipo, entiendan los problemas que causan los productos falsificados, y que esas repercusiones son relevantes tanto para ellos mismos como para diversos desafíos mundiales contemporáneos. En la planificación y ejecución de esta iniciativa se tuvieron en cuenta dos aspectos principales:

Contenidos

14. La inclusión en los planes de estudio de las medidas para combatir las falsificaciones (educación sobre la manera de evitar la vulneración de los derechos de PI) se alinea con los siguientes elementos establecidos en las directrices educativas del Gobierno. El objetivo es profundizar en una comprensión del problema de los productos falsificados coherente con las políticas gubernamentales. En particular, y a diferencia de los métodos educativos que se aplican tradicionalmente en el Japón, este enfoque enfatiza que los estudiantes deben “pensar de forma independiente” en lugar de simplemente recibir “enseñanza”. Esta característica fomenta el compromiso activo y el pensamiento crítico entre los estudiantes.

Implementation of Educational Guidelines focused on Counterfeiting Issues

Counterfeiting Issues	Educational Guidelines for High School Teachers
Understanding the need for intellectual property protection	"Based on real-world issues and problems related to consumer rights and responsibilities, students will understand how rights and freedoms are guaranteed and realized, and social order is formed and maintained, through the fair and impartial adjustment of opinions and interests of individuals and based on laws and norms, and through the mediation and resolution of personal and social conflicts, in accordance with the Constitution, in accordance with due process, and based on laws and norms."
Understanding the problem of counterfeit goods that arises when companies expand overseas	"Based on real-world issues and problems related to Japan's role in the international community, including its international contributions, students will understand that a better society can be built through individuals participating in discussions under the Constitution, adjusting conflicts of opinion and interests, and reaching consensus."
Understanding the socio-economic background of the production and sale of counterfeit goods	"To understand that efficient allocation of resources is achieved through fair and free economic activities based on real-world issues and challenges related to economic globalization and deepening interdependence (including issues of poverty and inequality in the international community)."

Proceso

15. En primer lugar, durante la fase de preparación, se entabló contacto con docentes destacados del campo de las ciencias sociales. Con su colaboración, se elaboraron materiales para la enseñanza, entre ellos unidades didácticas.

16. A continuación, se llevaron a cabo clases de prueba, en las que se utilizaron los materiales desarrollados. Se estudiaron la respuesta de los estudiantes a las clases y las opiniones que estos manifestaron en las encuestas realizadas, y los materiales y ejemplos utilizados se modificaron en consecuencia.

17. El material didáctico resultante y las lecciones no solo se publicaron en formato de vídeo en el sitio web de la Oficina de Patentes del Japón, sino que también se compartieron en conferencias académicas para promover la difusión entre otros profesores de ciencias sociales y la adopción en otras escuelas.

Resultados del proyecto

18. Se realizó una encuesta entre los estudiantes que participaron en las clases de prueba. Las conclusiones extraídas más relevantes fueron que más de tres cuartas partes de los estudiantes consideraron que la clase había sido "fácil de entender", y en más del 95 % de los casos los comentarios fueron positivos.

19. Además, si bien antes de las clases la opinión sobre las falsificaciones era relativamente indulgente, se produjo un cambio significativo en la visión al respecto tras los cursos, pues la percepción de los productos falsificados pasó a ser más negativa.

20. Así pues, en el ejercicio fiscal de 2023 las iniciativas de elaboración y aplicación de publicidad para evitar la vulneración de los derechos de PI dan testimonio de los esfuerzos considerables que se han llevado a cabo para favorecer la comprensión de este tipo de derechos entre los estudiantes de instituto y para frenar la compra de productos falsificados.

V. CONCLUSIÓN

21. La solución al problema de las falsificaciones, especialmente a la luz de las tendencias del comercio electrónico, pasa indefectiblemente por un enfoque a largo plazo. Es necesario reevaluar continuamente nuestras iniciativas y adaptarnos rápidamente a los avances tecnológicos y a los cambios sociales, por ejemplo las aplicaciones que han aparecido

recientemente y los nuevos métodos de comunicación. De cara al futuro, nuestro objetivo es aprender de las mejores prácticas que se aplican en otros países e implementar estrategias eficaces de sensibilización para mitigar los perjuicios que generan los productos falsificados, tanto a nivel nacional como internacional.

[Fin de la contribución]

ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN PARA LUCHAR CONTRA LA FALSIFICACIÓN Y LA PIRATERÍA: ENFOQUE ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (PI) EN FILIPINAS Y FOMENTAR EL RESPETO DE LOS DERECHOS DE PI

*Contribución preparada por la Sra. Christine Pangilinan-Canlapan, directora supervisora, y la Sra. Marlita Dagsa, jefa de división, Oficina de Observancia de los Derechos de PI, Oficina de Propiedad Intelectual de Filipinas (IPOP HL), Taguig City (Filipinas)**

RESUMEN

Filipinas fue elegido país piloto para la implementación del Manual de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) para la realización de encuestas entre los consumidores, con objeto de medir los efectos de las campañas de sensibilización pública sobre propiedad intelectual (PI) llevadas a cabo por la Oficina de Propiedad Intelectual de Filipinas (IPOP HL) en 2021. La encuesta puso al descubierto una de las principales carencias del país, a saber, que la información sobre la PI aún no se difunde ni se discute ampliamente. Mostró asimismo que no basta con educar a la población sobre las ventajas de proteger su PI; es preciso que cobre conciencia también de los beneficios de la PI para el país y de la necesidad de garantizar su respeto. Otra recomendación que se desprende de la encuesta es la necesidad de una campaña más enérgica y generalizada para informar al público acerca de los riesgos que entraña la adquisición y utilización de productos falsificados y pirateados. En sus anuncios, los propietarios de marcas podrían incluir mensajes de apoyo a la PI o advertir al público de que no adquiera productos falsificados.²

Sobre la base de esta información, la IPOP HL puso en marcha varias campañas de comunicación destinadas a reducir la demanda de productos infractores entre los consumidores y fomentar el respeto de los derechos de PI (DPI).

En la presente contribución se reseñan diferentes iniciativas de la IPOP HL encaminadas a subsanar las carencias en materia de conocimientos sobre la PI en Filipinas y a fomentar el respeto de los DPI.

I. PROYECTOS DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA PI EN COLABORACIÓN CON LA OMPI

A. EL PROYECTO SOBRE PI Y PERIODISMO CIUDADANO PARA LAS ESCUELAS

1. Tras la exitosa ejecución del proyecto sobre PI y periodismo ciudadano para las escuelas de Soweto (Sudáfrica) en 2019 y en Dakar (Senegal) en 2022, Filipinas fue elegida por la OMPI para ejecutar un proyecto similar. La IPOP HL, en colaboración con la OMPI y con financiación del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo (MCST) de la República de Corea, puso en marcha el proyecto PI y periodismo ciudadano para las escuelas del 9 al 23 de octubre de 2023.

2. La actividad se llevó a cabo en los campus de dos escuelas que forman parte del Programa de Jóvenes Defensores de la Propiedad Intelectual (YIPA): la Escuela Secundaria de Ciencias de Filipinas (PSHS) (campus principal) y la Escuela Secundaria Laboratorio de la

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a las autoras y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

² Laluces, Nelson, (12 de agosto de 2022) Actitudes y conocimiento de los consumidores en Filipinas – Resultados y enseñanzas extraídas de la aplicación del Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores, WIPO/ACE/15/9, www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/es/wipo_ace_15/wipo_ace_15_9.pdf.

Universidad Politécnica de Filipinas (PUP). La actividad contó con la participación de 48 estudiantes de ambas escuelas.

3. Los debates se centraron en la comprensión de la PI, incluidos los fundamentos del derecho de autor y las marcas, y en la observancia de la PI. En los debates se hizo hincapié en la importancia de respetar esos derechos durante el proceso de creación y difusión de contenidos. Entre otros temas, se trataron los peligros de la falsificación y la piratería y sus consecuencias para la sociedad y el desarrollo económico del país. Para complementar las deliberaciones, se organizó una sesión de identificación de productos en la que los alumnos recibieron formación práctica sobre los métodos que permiten diferenciar entre los productos auténticos y genuinos y las falsificaciones (imitaciones).

4. Un periodista también enseñó a los alumnos a realizar entrevistas y videos profesionales como preparación para el concurso de videos cortos, que fue uno de los momentos culminantes de la actividad. Durante la sesión plenaria, los mejores videos de cada escuela fueron recompensados con medallas de oro, plata y bronce. Los artistas pop Clara Benin y Ace Banzuelo, que actuaron en la sesión plenaria, exhortaron a los alumnos a comprar y patrocinar obras originales y a decir “no” a la piratería.

B. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

5. En 2020, la División de Fomento del Respeto por la Propiedad Intelectual, en colaboración con la IPOPHL, puso en marcha un proyecto de sensibilización en tres fases. La primera fase consistió en la utilización del Manual de la OMPI para la realización de encuestas entre los consumidores para llevar a cabo una encuesta sobre sus actitudes ante la piratería y la falsificación. La encuesta finalizó en noviembre de 2021 y los resultados se presentaron en la decimoquinta sesión del Comité Asesor sobre Observancia (ACE). La segunda fase incluyó la campaña de sensibilización “Alto a la piratería”, que se fundamentaba en los resultados de la encuesta. La campaña se desarrolló entre agosto de 2023 y agosto de 2024. La tercera fase, actualmente en curso, incluye una encuesta para evaluar la eficacia de la campaña: sus resultados se compararán con el nivel de referencia del conocimiento sobre la PI establecido antes de la campaña, con el fin de determinar los cambios en la percepción del público respecto de las repercusiones de los productos falsificados y pirateados en los titulares de derechos, los consumidores y la industria local.

II. MENSAJES DEL EMBAJADOR CONTRA LA PIRATERÍA

6. La IPOPHL, con el apoyo de la OMPI, contrató a Matteo Guidicelli, un conocido actor, cantante y reservista militar que cuenta con numerosos seguidores en las redes sociales, para que actuara como embajador de la IPOPHL de lucha contra la piratería. El Sr. Guidicelli colaboró con la IPOPHL en la creación de contenidos de video sobre los siguientes temas:

- a. Por qué debemos dejar de patrocinar materiales pirateados;
- b. Cómo cambiar la percepción del acto de piratería; y
- c. Cómo acabar con la piratería.



No To Piracy!



Have you considered the influence of your decisions during family... ..



Hello, everyone! Meet the Philippines' Anti-Piracy... ..



Piracy is a CRIME - Matteo Guidicelli, Philippines' Anti-Piracy... ..

7. Los cuatro principales videos producidos y publicados para alentar al público a comprender y a luchar contra la piratería recibieron un total de 1 617 000 visitas.

8. El Sr. Guidicelli, por iniciativa propia, también publicó en sus cuentas de redes sociales videos y fotos para concienciar sobre la piratería del derecho de autor.

III. EL CÓMIC PIRATED INFERNO

9. La IPOPHL, en colaboración con la Junta Nacional para el Fomento del Libro, encomendó a Manix Abrera, famoso ilustrador y autor de cómics, la creación de un cómic sobre los peligros de la piratería. Inspirándose en el Infierno de Dante, el Sr. Abrera escribió *Pirated Inferno*, en el que describe las consecuencias de la piratería en los autores y creadores. El primer cómic del libro se presentó en el Festival del Libro de Filipinas en junio de 2023 y, a partir de entonces, se han publicado dos cómics por semana. La versión impresa del libro se presentó el 13 de junio de 2024, en un acto en el que el autor firmó ejemplares para aficionados de la IPOPHL y el Comité Nacional de Propiedad Intelectual (NCIPR). Los objetivos esenciales del proyecto son:

- a. Sensibilización: poner de relieve el problema de la piratería y su impacto en los creadores y la industria creativa, utilizando el cómic como medio para educar al público sobre la importancia de respetar los derechos de PI.
- b. Promoción del cómic: presentar *Pirated Inferno* a un público amplio, incluidos los aficionados al cómic, los educadores, los estudiantes y los profesionales del sector, y suscitar interés por el cómic mediante diversas actividades promocionales.
- c. Participación del público: ofrecer la posibilidad a los aficionados y los nuevos lectores de interactuar con el autor, el Sr. Abrera.
- d. Asociaciones: establecer y reforzar relaciones con organizaciones, centros escolares y bibliotecas que puedan apoyar y promover la campaña contra la piratería, y estudiar posibles formas de colaborar en futuros proyectos.
- e. Opiniones: recabar las opiniones de los asistentes y lectores sobre el cómic y su mensaje, y utilizar esa información para mejorar futuras ediciones y proyectos afines.
- f. Ampliar el alcance: sentar las bases para futuros eventos e iniciativas promocionales de *Pirated Inferno* y su mensaje contra la piratería, y planificar actividades de seguimiento.

- g. Celebración de la creatividad: reconocer y celebrar la creatividad y la ardua labor del Sr. Abrera, así como su contribución a la industria del cómic, destacando el valor de los contenidos originales y la necesidad de protegerlos.
- h. Promoción: alentar a los asistentes a convertirse en promotores de la lucha contra la piratería, ofreciéndoles recursos e información para que puedan difundir el mensaje de lucha contra la piratería en sus propios organismos y comunidades.



10. El cómic se presentó en la exposición de la Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEAN), coincidiendo con la celebración de las Asambleas de los Estados miembros de la OMPI en julio de 2024, con el tema: “La ASEAN, una asociación sostenible y creativa.”

11. El Sr. Abrera continúa promocionando *Pirated Inferno*, que sigue siendo muy popular entre sus aficionados, y promoviendo la lucha contra la piratería en las ferias del libro y las Comic Con. La IPOPHL ha distribuido ejemplares del cómic a estudiantes y al público en general durante diversos eventos y actividades en centros escolares.

IV. CAMPAÑA DE LUCHA CONTRA LA TRANSMISIÓN ILEGAL EN CONTINUO

12. Los servicios ilícitos de transmisión en continuo (*streaming*) han pasado a desempeñar un papel de importancia creciente en la oferta de acceso a contenidos no autorizados o pirateados, como películas y programas de televisión. Para reforzar la campaña contra la piratería en línea, la IPOPHL se asoció con GMA Network Inc., una de las mayores empresas de medios de comunicación de Filipinas, en la campaña *Usa el streaming de forma responsable: Alto a la piratería*. GMA Network produjo videos de personalidades famosas y actores de cine que animaban a los filipinos, tanto dentro del país como en el extranjero, a ver películas y programas de televisión mediante suscripciones a servicios legales de transmisión en continuo. El proyecto se realizó a raíz de la firma del memorando de entendimiento entre la IPOPHL y GMA Network en septiembre de 2023. La IPOPHL también organizó un taller especial sobre la PI para los artistas y empleados de GMA con el fin de concienciarlos sobre

sus derechos y responsabilidades como creadores. La red GMA también ha elegido a personas famosas y populares como embajadores de la lucha contra la piratería.



13. En enero de 2024, la IPOPHL se asoció con GMA Network para presentar la versión audio de sus videos contra la piratería en lengua bisaya en la emisora de radio de la GMA en la ciudad de Cebú. En un afán por ampliar su alcance regional, la GMA también ha producido anuncios radiofónicos en varios dialectos del país. La GMA sigue contratando a personalidades



famosas como embajadores contra la piratería para concienciar sobre la necesidad de luchar contra la piratería.

V. APARICIONES Y ENTREVISTAS EN LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

14. Para dar a conocer la PI y promover una cultura de respeto de los DPI, los funcionarios de la IPOPHL también aparecen en la televisión y la radio para explicar en qué consiste la PI y las diversas iniciativas de la Oficina para reducir las infracciones de la PI. La Oficina aprovecha esas oportunidades para explicar conceptos complejos de la PI de forma comprensible para todos, ampliar su alcance a todo el país e invitar al público a participar en sesiones informativas y aprender más sobre la PI.



VI. CAMPAÑAS DIGITALES DE LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA Y LA FALSIFICACIÓN

15. La IPOPHEL también ha desarrollado campañas digitales contra la piratería y la falsificación con mensajes que tienen como objetivo: Informar. Hacer participar. Movilizar.

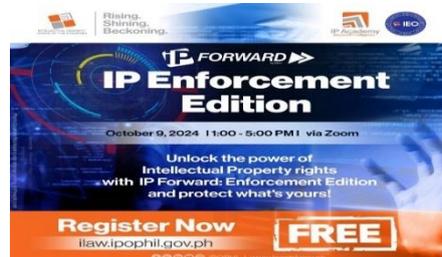
16. La Oficina difunde esas campañas a través de sus cuentas en las redes sociales con miras a llegar a un público más amplio y recabar la participación de la gente con mensajes que incitan a la acción. El principal objetivo es lograr que el público comprenda la importancia de la PI y la razón por la que todos debemos colaborar en la lucha contra la piratería y la falsificación. Mediante la concienciación, el fomento de la participación del público y la incitación a la acción, pretendemos educar al público sobre las consecuencias negativas de la falsificación y la piratería, resaltar las principales asociaciones que tratan esas cuestiones y motivar a la gente para que apoye los contenidos y productos legítimos y denuncie las infracciones.

17. Tipos de contenidos digitales sobre la observancia de la PI (en formato de video e imagen)

- Materiales educativos
- Contenidos que destacan las iniciativas de colaboración
- Contenidos creativos y humorísticos
- Iniciativas que impulsan la acción
- Marco de la campaña

18. Aumentar los conocimientos mediante:

- a. La promoción de sesiones gratuitas de aprendizaje en línea sobre la manera de hacer valer los derechos de PI y educar a los asistentes sobre la observancia de la PI a través de tutoriales, webinarios o cursos en línea.



- b. La utilización de productos reales para difundir información en las redes sociales sobre cómo distinguir los productos falsificados de los auténticos. Al participar en las secciones de comentarios de las redes sociales, la IPOPHEL puede determinar si la gente es capaz de identificar las falsificaciones.



19. Participación y transmisibilidad: utilizar contenidos atractivos y compartibles, como el humor y los memes, como medio para concienciar a un público amplio.

- a. Campañas contra la piratería y la falsificación para concienciar sobre las consecuencias negativas de la piratería y la falsificación en las empresas y los consumidores.



- b. Celebración del mes de lucha contra la piratería (octubre) para potenciar al máximo la participación y la concienciación del público mediante la difusión de contenidos sobre la importancia de proteger la PI.

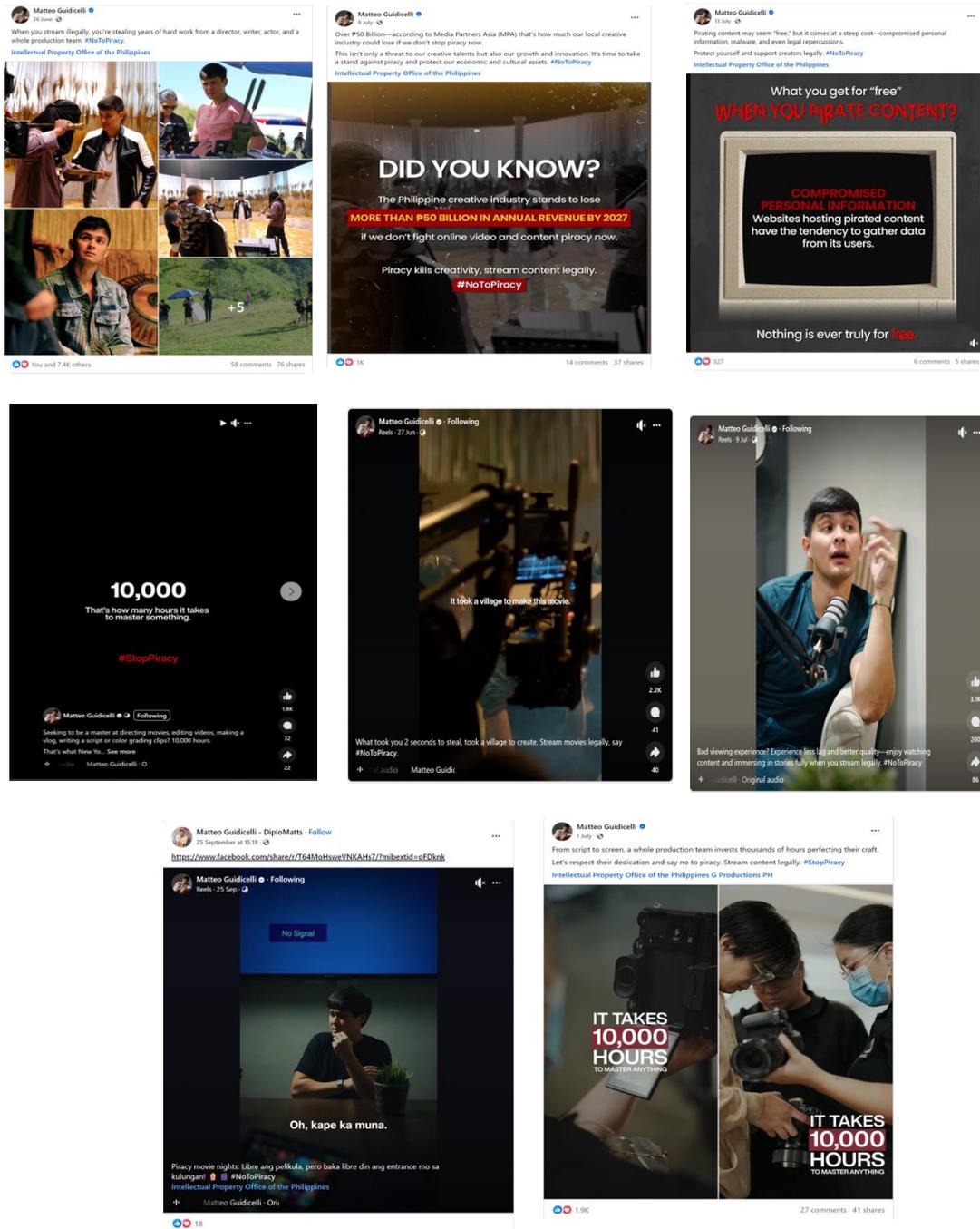


20. Campaña publicitaria para fomentar la confianza: artículos, comunicados de prensa y actualizaciones en las redes sociales sobre las asociaciones, las acciones institucionales y las iniciativas conjuntas de la IPOPHL, las entidades privadas y los socios internacionales para luchar contra la piratería, destacando logros tangibles, como las incautaciones, el cierre de sitios infractores y los memorandos de entendimiento beneficiosos.

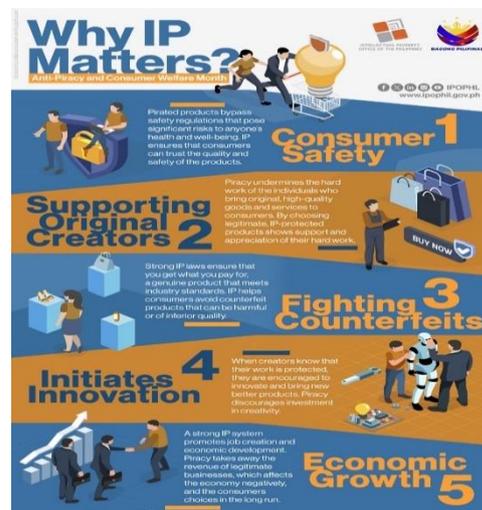


21. Acción y empoderamiento: incitar a los usuarios de las redes sociales a denunciar las infracciones, impulsando un enfoque comunitario de la protección de la PI.

a. Mensajes del embajador contra la piratería en las plataformas de las redes sociales animando a sus seguidores a evitar la piratería.



b. Campañas de promoción de la participación ciudadana “denuncie las infracciones de los derechos de PI”: proporcionar herramientas para que el público denuncie las infracciones de la PI y respalde contenidos legítimos.



VII. CONCLUSIÓN

22. La IPOPHL espera que sus iniciativas y programas de sensibilización sobre la PI hayan contribuido a potenciar el conocimiento y la concienciación sobre la PI en Filipinas, y confía en que los resultados se confirmen en la encuesta posterior a la campaña que se llevará a cabo próximamente con el apoyo de la OMPI y del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo de la República de Corea.

[Fin de la contribución]

INICIATIVAS DE SENSIBILIZACIÓN EMPRENDIDAS POR EL MINISTERIO DE MICROEMPRESAS Y PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA INDIA EN MATERIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

*Contribución preparada por el Sr. Vinamra Kumar Mishra, director, y el Sr. Satish Kumar, subdirector, del Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas del Gobierno de la India, Nueva Delhi (India)**

RESUMEN

Las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) desempeñan un papel indispensable en la economía de la India al fomentar la innovación y la creatividad, acrecentar el empleo y contribuir al desarrollo económico regional y nacional. A medida que la India evoluciona hacia una economía basada en el conocimiento, la protección de los derechos de propiedad intelectual y su observancia efectiva son cada vez más decisivos para estas empresas. A pesar de la importancia que reviste la protección de la propiedad intelectual, las mipymes de la India se enfrentan a numerosos obstáculos para hacer valer eficazmente sus derechos de propiedad intelectual, como la falta de conocimiento, las limitaciones financieras y las trabas burocráticas, que en conjunto inhiben su capacidad para proteger y rentabilizar sus innovaciones y productos creativos. Dar respuesta a estos problemas es esencial para que las mipymes puedan competir con mayor eficacia en el mercado mundial, aumentar su resiliencia e impulsar el crecimiento económico de la India.

En esta contribución se examinan los incentivos e iniciativas de apoyo a las mipymes que actualmente tiene en marcha el gobierno para proteger las innovaciones y la producción creativa de estas empresas, cuya finalidad es facilitarles la protección y observancia de sus derechos de propiedad intelectual con mayor eficacia. Asimismo, se ponen de relieve ciertos problemas a los que se enfrentan las mipymes de la India con relación a la observancia de sus derechos de propiedad intelectual, las posibilidades del gobierno para hacer frente a esos problemas y las posibles colaboraciones entre entidades públicas y privadas para fortalecer la observancia de los derechos de propiedad intelectual y promover la simplificación de las políticas.

I. INTRODUCCIÓN

1. Las mipymes son fundamentales en la estructura socioeconómica de la India, ya que generan una parte considerable del empleo, la innovación y el desarrollo regional. Según un informe publicado recientemente por la Oficina de Información de Prensa,³ el sector de las mipymes de la India contribuye aproximadamente en un 30 % al producto interno bruto (PIB) del país y es responsable de cerca del 45 % de las exportaciones, lo que subraya su importancia para la estabilidad económica del país. En una era en la que la tecnología y el capital intelectual desempeñan un papel cada vez más importante, los derechos de propiedad intelectual son esenciales para las empresas que tratan de mantener una ventaja competitiva y salvaguardar su labor innovadora y creativa.

2. Los derechos de propiedad intelectual engloban una amplia variedad de activos intelectuales, como las patentes, las marcas, los derechos de autor, los dibujos y modelos industriales y las indicaciones geográficas, y ofrecen a las mipymes el marco jurídico necesario para proteger sus innovaciones y productos creativos. Ahora bien, la observancia de los derechos de propiedad intelectual sigue siendo un ámbito complejo y a menudo problemático para las mipymes indias, debido sobre todo a los limitados recursos de que disponen, la falta

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden a los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

³ Comunicado de prensa, Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas, disponible en <https://pib.gov.in/PressReleaselframePage.aspx?PRID=2035073>.

de conocimiento y la complejidad del marco jurídico del país en materia de propiedad intelectual.

3. Reforzar la observancia de los derechos de propiedad intelectual en este sector puede ayudar a las empresas a proteger mejor sus innovaciones, promover una cultura empresarial interesada por la propiedad intelectual y permitir a las mipymes de la India prosperar en un mercado mundial altamente competitivo.

II. INICIATIVAS, PLANES DE APOYO Y COLABORACIONES GUBERNAMENTALES EN MATERIA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y SU PROTECCIÓN

4. Existen varias iniciativas y planes gubernamentales dirigidos a promover la sensibilización sobre la propiedad intelectual y a incentivar su protección, uno de cuyos objetivos es reforzar la observancia de los derechos de propiedad intelectual. El Departamento de Promoción de la Industria y el Comercio Interior y el Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas han organizado conjuntamente varios eventos para apoyar al mundo empresarial, con el objetivo de que los empresarios y las empresas emergentes comprendan la importancia de salvaguardar su propiedad intelectual, y reducir así la vulnerabilidad a las infracciones de los derechos en este ámbito.⁴

A. INICIATIVAS DE APOYO E INCENTIVOS GUBERNAMENTALES

5. El Gobierno de la India, consciente de la importancia de la protección de la propiedad intelectual para las mipymes, ha introducido varios incentivos y programas de asistencia para innovadores y creadores con el fin de que puedan proteger y hacer valer sus derechos de propiedad intelectual. Entre las principales iniciativas cabe citar:

- a) El Plan para facilitar a las empresas emergentes la protección de la propiedad intelectual: este plan emblemático,⁵ introducido por el Departamento de Promoción de la Industria y el Comercio Interior, apoya a las empresas emergentes mediante la prestación de asistencia financiera para el registro de la propiedad intelectual, la sensibilización sobre los derechos de propiedad intelectual y la simplificación del proceso de solicitud. Este plan se desarrolla en colaboración con los centros de apoyo a la tecnología y la innovación⁶ de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), lo que permite a las mipymes acceder a recursos y la orientación de especialistas.
- b) En el marco de esta iniciativa, las empresas emergentes pueden acceder a los servicios de protección de patentes, marcas y dibujos y modelos pagando solo las tasas obligatorias, ya que los honorarios profesionales de los facilitadores están totalmente cubiertos por el Gobierno. Los facilitadores, designados por el Contralor General de Patentes, Diseños y Marcas (CGPDTM), prestan una amplia gama de servicios, como asesoramiento, redacción de solicitudes, respuesta a los informes de examen, impugnación de oposiciones y resolución final de las solicitudes de registro de propiedad intelectual. Dado que los facilitadores perciben una remuneración directa del Estado, las empresas emergentes reciben estos servicios sin ningún costo adicional. Esto simplifica la protección de la propiedad intelectual y permite a las empresas emergentes salvaguardar eficazmente sus derechos.

⁴ <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2085346>

⁵ <https://iprsearch.ipindia.gov.in/DynamicUtility/Sipp/index>

⁶ https://www.wipo.int/tisc/es/search/search_result.jsp?country_id=80

- c) Reducción de las tasas de registro de la propiedad intelectual para las mipymes: el CGPDTM ofrece a las mipymes una reducción de hasta el 80 % en las tasas de registro de patentes, de hasta el 75 % en las solicitudes de registro de dibujos y modelos industriales y de hasta el 50 % en las solicitudes de registro de marcas. Estos incentivos financieros reducen las barreras económicas asociadas a la protección de la propiedad intelectual, lo que permite a un mayor número de mipymes obtener derechos de propiedad intelectual a un menor costo. Esto garantiza que un mayor número de mipymes puedan proteger sus derechos de propiedad intelectual y solicitar medidas legales en caso de infracción, especialmente en el caso de los derechos de propiedad intelectual relacionados con las patentes, cuya observancia no puede exigirse si no están registradas.
- d) El Programa de apoyo a la propiedad intelectual del Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas: este programa ofrece una gama de servicios de propiedad intelectual a las mipymes, como asesoramiento, consultoría, búsquedas del estado de la técnica, evaluaciones de la novedad y análisis del riesgo de infracción de patentes. El programa también ofrece ayuda financiera a las mipymes para registrar patentes, marcas, dibujos y modelos e indicaciones geográficas. No obstante, todavía hay margen para aumentar el conocimiento de este programa de apoyo entre las mipymes, de manera que haya un conocimiento generalizado de sus beneficios y se anime a las mipymes a aprovechar el apoyo gubernamental de que disponen. La ayuda financiera está disponible para las mipymes registradas en el Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas. Varía en función del derecho de propiedad intelectual de que se trate y está sujeta a ciertos límites máximos, como se explica más adelante.

B. INICIATIVAS DE SENSIBILIZACIÓN

6. La sensibilización es fundamental para que las mipymes puedan comprender, proteger, gestionar y hacer valer sus activos de propiedad intelectual de forma proactiva y eficaz. Es importante que los organismos gubernamentales, las asociaciones empresariales y las instituciones docentes colaboren para sensibilizar y ofrecer programas de formación adaptados a las necesidades de las mipymes en materia de propiedad intelectual.

7. Un ejemplo representativo de este tipo de colaboración es la emblemática campaña *IP Yatra* (“El viaje de la PI”), emprendida por el Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas en 2023, en la que el Ministerio colabora con el sector privado para organizar talleres en todo el país con el fin de sensibilizar a las mipymes sobre la propiedad intelectual, atender sus problemas en este ámbito, ofrecer tutorías personalizadas y ponerlas en contacto con los centros de facilitación de la propiedad intelectual.

8. Estos programas ayudan a las mipymes a comprender el valor de la protección de la propiedad intelectual y las dotan de los conocimientos necesarios para desenvolverse en el proceso de registro de la propiedad intelectual y comprender el proceso y la importancia de hacer que se respeten sus derechos. Centrarse en educar a las mipymes sobre los derechos de propiedad intelectual, los procedimientos de registro y las estrategias de observancia ha fomentado una cultura de innovación y gestión proactiva de los derechos de propiedad intelectual entre estas empresas.

9. La campaña *IP Yatra* ha contribuido en gran medida a sensibilizar sobre la propiedad intelectual a las mipymes que hasta ahora desconocían su importancia. Ya en su segundo año, la iniciativa ha viajado a varias regiones del país, incluidas pequeñas poblaciones y ciudades donde había una falta general de conocimiento en la materia. Así pues, muchas de estas mipymes corrían el riesgo de que se infringieran sus derechos de propiedad intelectual por falta de conocimiento y no adoptaban medidas para proteger y hacer valer esos derechos. Este

programa de divulgación ha logrado una amplia difusión a la hora de transmitir a las mipymes el papel fundamental que desempeña la propiedad intelectual en la protección de sus innovaciones y sus productos creativos.

10. Desde 2023, se han celebrado 40 sesiones de IP Yatra, que han llegado a más de 6 000 mipymes. En el marco de estas sesiones se han celebrado mesas redondas y se han presentado ponencias sobre temas fundamentales para las mipymes, como el registro y la observancia de los derechos de propiedad intelectual y ejemplos de éxito de empresarios y mipymes que han protegido y aprovechado su propiedad intelectual para el crecimiento empresarial. Eminentemente oradores del mundo empresarial, del Gobierno de la India y de misiones diplomáticas, así como profesionales y académicos del ámbito de la propiedad intelectual, han transmitido sus conocimientos especializados a los participantes.

11. Uno de los aspectos más destacados de la campaña son las sesiones individuales de tutoría, que ofrecen orientación personalizada a las mipymes sobre los procesos de registro y observancia de la propiedad intelectual. En estas sesiones se desmitifican procedimientos complejos, de manera que las empresas puedan adoptar medidas concretas para proteger sus derechos de propiedad intelectual. Además, ofrecen asesoramiento personalizado y soluciones prácticas, capacitando a numerosas mipymes para integrar estrategias de propiedad intelectual en sus modelos operativos y reforzando su capacidad para competir e innovar en los mercados nacionales e internacionales y adoptar medidas para hacer valer sus derechos en este ámbito.



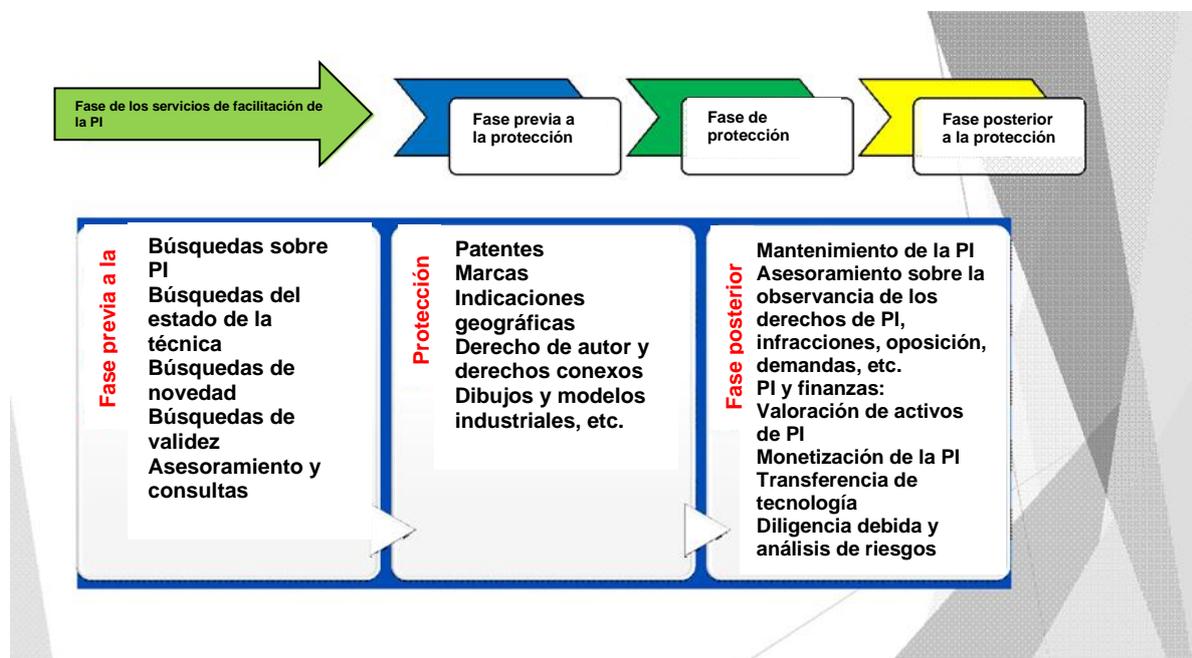
Imagen: sesión individual de tutoría durante un evento de IP Yatra

C. CENTROS ESPECIALIZADOS DE APOYO A LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA MIPYMES

12. Los centros especializados de apoyo a la propiedad intelectual, concebidos específicamente para las mipymes, proporcionan una asistencia y unos recursos inestimables a estas empresas. El Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas ha establecido hasta el momento más de 75 centros de facilitación de la propiedad intelectual en el marco del Programa Innovador para Mipymes, que ofrecen servicios gratuitos relacionados con la propiedad intelectual, como búsquedas del estado de la técnica, asesoramiento sobre la gestión de la propiedad intelectual y asistencia para la presentación de solicitudes, apoyando así activamente a las mipymes en la protección y gestión de sus derechos de propiedad intelectual. En la figura siguiente se explica el modo en que estos centros apoyan a las mipymes en las distintas fases de protección de la propiedad intelectual, desde la fase previa a la protección (búsquedas de novedad, consultas, búsquedas de validez) hasta la fase posterior a la protección (mantenimiento de los derechos de propiedad intelectual, valoraciones, transferencia de tecnología). Esto garantiza a las mipymes el acceso a una plataforma única para recibir apoyo integral en la protección, comercialización y observancia de sus derechos de

propiedad intelectual. Todo ello se suma al apoyo financiero que el gobierno pone a disposición de las mipymes para proteger sus innovaciones y creaciones, señalado anteriormente.

Figura: fases de la asistencia disponible a través de los centros de facilitación de la propiedad intelectual



III. PROBLEMAS QUE AFECTAN A LAS MIPYMES INDIAS

13. Los programas de apoyo y los incentivos que se han señalado anteriormente han contribuido a aumentar la sensibilización sobre la importancia de proteger y observar los derechos de propiedad intelectual. No obstante, siguen existiendo algunos problemas. Uno de los principales problemas a los que se enfrentan las mipymes de la India es la falta de conocimiento y de comprensión de los derechos de propiedad intelectual y de los beneficios de su protección. Muchos propietarios de mipymes todavía desconocen el proceso que hay que seguir para proteger su propiedad intelectual o las ventajas que conlleva. Este escaso conocimiento dificulta la protección proactiva de la propiedad intelectual y su observancia.

14. Las mipymes suelen disponer de escasos recursos financieros, lo que limita su capacidad para invertir en la protección y observancia de la propiedad intelectual. El costo que conllevan el registro, los litigios y la observancia de la propiedad intelectual puede resultar prohibitivo para muchas pequeñas empresas, lo que las disuade de presentar demandas relacionadas con la propiedad intelectual o de defender sus derechos en caso de infracción.

15. Con la excepción de algunos estados que han introducido salas especializadas en propiedad intelectual en las divisiones comerciales de algunos tribunales superiores con el fin de agilizar la solución de controversias relacionadas con la propiedad intelectual, la observancia de la propiedad intelectual en la India se caracteriza a menudo por unos procedimientos administrativos y judiciales largos y complejos. Para las mipymes con escasos conocimientos jurídicos, desenvolverse en el entorno de la observancia de la propiedad intelectual puede resultar especialmente difícil. Los retrasos en las resoluciones y la falta de tribunales especializados en propiedad intelectual en la mayoría de las regiones se suman a estos problemas, reduciendo la eficacia de las medidas de observancia.

16. Muchas mipymes carecen de acceso a profesionales de la propiedad intelectual o asesores jurídicos que puedan orientarlas en cuestiones relacionadas con la observancia de sus derechos en este ámbito. Sin el apoyo jurídico adecuado o los medios financieros para acceder a este, las mipymes pueden tener dificultades para llevar adelante los casos de infracción, lo que se traduce en una mayor vulnerabilidad al robo de su propiedad intelectual y al uso no autorizado de sus innovaciones.

IV. RECOMENDACIONES

17. Para hacer frente a algunos de estos problemas, pueden adoptarse las recomendaciones que figuran a continuación:

18. Mantener las colaboraciones que existen entre el gobierno y el sector privado y estudiar otras colaboraciones para promover la sensibilización sobre la propiedad intelectual servirá para subsanar las deficiencias existentes en el conocimiento y la sensibilización sobre la propiedad intelectual entre las mipymes. La iniciativa IP Yatra es un buen ejemplo de la incidencia que pueden tener estas colaboraciones para lograr el objetivo de una amplia concienciación sobre la propiedad intelectual. Promover de forma generalizada los programas de apoyo e incentivos gubernamentales puede fomentar una cultura de sensibilización sobre la propiedad intelectual y permitir a las mipymes aprovechar las herramientas disponibles para garantizar sus derechos de propiedad intelectual.

19. La integración de la educación en materia de propiedad intelectual en programas de desarrollo más amplios permitirá a las mipymes estar bien equipadas para proteger sus activos intelectuales. La formación especializada, como por ejemplo talleres sobre vigilancia del mercado en busca de falsificaciones y sobre los recursos jurídicos disponibles, capacitará a las mipymes para actuar con rapidez y decisión. Además, los enfoques de colaboración, como la formación de alianzas sectoriales, pueden permitir compartir recursos para la observancia y amplificar la defensa de la simplificación de las políticas.

20. Con el apoyo sostenido y las intervenciones estratégicas del gobierno, las mipymes de la India pueden aumentar al máximo su potencial como motores fundamentales del crecimiento económico y el progreso tecnológico, allanando el camino para el desarrollo sostenible y la prosperidad.

21. La ampliación de la red de centros de facilitación de la propiedad intelectual y la sensibilización sobre el apoyo disponible pueden garantizar a un mayor número de mipymes el acceso a los recursos que necesitan para proteger sus innovaciones y productos creativos y hacer valer sus derechos de propiedad intelectual de forma eficaz. Los centros especializados de apoyo a la propiedad intelectual pueden servir de plataforma para el acceso de las mipymes a recursos en materia de propiedad intelectual y proporcionar asesoramiento sobre la gestión de los derechos de propiedad intelectual, incluida la observancia. Esto potenciará la capacidad de las mipymes para desenvolverse con mayor confianza en el entorno de la propiedad intelectual.

22. Los avances tecnológicos ofrecen soluciones prometedoras para vigilar, proteger y hacer cumplir los derechos de propiedad intelectual, y pueden aprovecharse para ofrecer soluciones costoeficaces a las mipymes a la hora de hacer valer esos derechos. Así, por ejemplo, las herramientas automatizadas de seguimiento de la propiedad intelectual pueden ayudar a las mipymes a detectar posibles infracciones por una fracción del costo de los métodos de seguimiento tradicionales. Además, los mecanismos de solución de controversias en línea pueden ofrecer a las mipymes una alternativa eficaz a los largos y costosos procedimientos judiciales, permitiéndoles solucionar rápidamente sus controversias relacionadas con la propiedad intelectual. Al facilitar el acceso a soluciones asequibles basadas en la tecnología en materia de propiedad intelectual, el gobierno puede ayudar a las mipymes a salvaguardar sus

activos de propiedad intelectual con mayor facilidad y a competir más eficazmente en el ámbito de la propiedad intelectual.

V. CONCLUSIÓN

23. Fortalecer la observancia de la propiedad intelectual en las mipymes de la India supone dar respuesta tanto a importantes problemas como a oportunidades únicas. Sin embargo, gracias a las iniciativas gubernamentales concretas, los programas de creación de capacidad y los avances tecnológicos, las mipymes pueden superar estos obstáculos. Los centros especializados de apoyo a la propiedad intelectual y las campañas de sensibilización desempeñan un papel fundamental a la hora de ayudar a las mipymes a comprender la importancia estratégica de la propiedad intelectual, fomentando una cultura de innovación y un registro proactivo de la propiedad intelectual.

24. Mediante la introducción de nuevas medidas de apoyo a las mipymes en materia de observancia de la propiedad intelectual, la India puede crear un ecosistema más propicio para las mipymes, que fomente el crecimiento, promueva la innovación e impulse la economía nacional. Esperamos con interés la posibilidad de estudiar nuevas colaboraciones y trabajar junto con la OMPI, el sector privado y otros organismos gubernamentales para apoyar a las mipymes en la protección y observancia de la propiedad intelectual.

[Fin de la contribución y del documento]