

B O L E T Í N 2

ASIPI



P A N A M Á

XXIV JORNADAS DE TRABAJO Y CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
1 al 4 DE DICIEMBRE 2024



ÍNDICE

Una nueva jornada en Panamá	3
Running tour	4
¿Es la IA un reflejo de los prejuicios humanos y una amenaza para la privacidad?	6
Entrevista de Manuel Desantes Real	8
ASIPI en acción: presentación de estudios y trabajos especiales	10
Entrevista a Jorge Chávarro	12
Entrevista a Ray Meloni y Johana Aguirre	14
Entrevista a Mónica Bonnett	16
Entrevista a Maritza Reátegui	17
Resolución de controversias en materia publicitaria	19
Entrevista a Sergio Barragán	21
Propiedad intelectual, privacidad y derechos de imagen: cuestiones de actualidad en la industria del entretenimiento para adultos	23
Entrevista a Jennifer McCarthy	25
Influencers virtuales en la era de la IA	27
Diseño y Marca: la sinergia que potencia el valor empresarial	29
Entrevista a Edanela Pérez	31
Sesión informativa UNH Franklin Pierce School of Law	33
Entrevista a Megan Carpenter	34
Entrevista a Sarah Dorner	36
Premiación Concurso Mejores Diseños Industriales 2024	38
Cóctel de los estudios en el Museo de la Biodiversidad	40
Trivia sobre ASIPI	42
Entrevista a Hugo T. Berkemeyer	44
Entrevista a Martín Michaus	45
Lanzamos nuestra nueva página web en Panamá 2024	48
ASIPI Arte Manos Solidarias: arte que transforma vidas	49
Patrocinadores	51

UNA NUEVA JORNADA EN PANAMÁ



Luis Henriquez

Querida familia de **ASIPI**,

Gracias por acompañarnos en un nuevo día de estas Jornadas de **ASIPI** en la vibrante Ciudad de Panamá.

Hasta ahora compartimos paneles muy interesantes sobre temas tan variados como los desafíos éticos y legales de la IA, la resolución de controversias en publicidad y los retos de propiedad intelectual que actualmente enfrentan las industrias del entretenimiento y el consumo masivo.

A lo largo de los próximos días tendrán la oportunidad de seguir participando en un programa académico enriquecedor que abarca desde talleres interactivos hasta presentaciones de expertos de renombre internacional. Además, hemos organizado actividades sociales y deportivas que promueven el networking y la camaradería.

Nada de esto sería posible sin el apoyo de nuestros patrocinadores, el Comité Anfitrión y cada uno de ustedes, quienes con su dedicación y participación hacen de **ASIPI** la voz de la propiedad intelectual en la región

Luis Henriquez
Presidente de **ASIPI**



RUNNING TOUR

UNA JORNADA DE ÉXITO Y SOLIDARIDAD EN PANAMÁ ORGANIZADA POR **ASIPI FIT**

Desde el Seminario de La Antigua Guatemala, el Running Tour evolucionó para ofrecer desafíos personalizados: el azul (trotar 7k), el verde (trotar 4k) y el blanco (caminar 2.5k). En Panamá, alrededor de 50 participantes recorrieron la emblemática Cinta Costera en una jornada llena de entusiasmo y energía. Organizado por **ASIPI FIT** y el Comité de Acción Social, lo

recaudado en este evento será donado a la institución Fe y Alegría, contribuyendo a generar un impacto positivo en la comunidad.

El Running Tour no solo promovió la salud y la camaradería, sino que también demostró cómo cada paso puede marcar la diferencia para un futuro mejor.





ArentFox
Schiff

ArentFox Schiff Smarter Service.

Full Service. **Industry Focus.**

Your goals define our mission. Whether an immediate need or a long-term objective, ArentFox Schiff helps you reach your full potential. As industry insiders, we partner with you to develop practical business strategies and sophisticated legal solutions to achieve today's targets and anticipate tomorrow's problems. We get you across the finish line.

Smart In
Your World

afslaw.com

¿ES LA IA UN REFLEJO DE LOS PREJUICIOS HUMANOS Y UNA AMENAZA PARA LA PRIVACIDAD?

El día comenzó con este panel que contó con la participación de destacados expertos. Manuel Desantes (Universidad de Alicante, España) ofreció una reflexión profunda sobre cómo la inteligencia artificial puede afectar no solo la privacidad, sino también la creatividad y los procesos creativos. Su intervención invitó a considerar los riesgos éticos y legales en torno al impacto de la IA en estos aspectos esenciales para la innovación humana.

Por su parte, Juan Manuel Contreras (Aymara, Estados Unidos)

centró su análisis en los sesgos inherentes a los sistemas de IA, explorando cómo los datos de entrenamiento y los algoritmos pueden perpetuar prejuicios humanos. Desde su experiencia, explicó casos concretos, en los que destacó la necesidad de intervención humana y de adoptar prácticas éticas para minimizar estos riesgos. Bajo la moderación de María Belén Cañas (IN-LEGAL, Ecuador), el panel brindó una mirada integral a los desafíos éticos y técnicos que plantea la inteligencia artificial.





Con entusiasmo nos unimos como **PATROCINADORES INSTITUCIONALES** de la Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual - ASIPI. Cuenten con nosotros para apoyar iniciativas y proyectos innovadores.



Les presentamos a **NUESTROS ABOGADOS:**



ENTREVISTA



Manuel Desantes Real
Speaker y Catedrático de Derecho Internacional
Privado en la Universidad de Alicante

Dado su extenso conocimiento en propiedad intelectual y derecho digital, ¿cuáles considera que son los principales desafíos legales en cuanto al uso de datos personales para el entrenamiento de sistemas de IA?

Me hace la pregunta del millón!!! Sin ánimo de ofrecer una respuesta completa -porque es imposible- pienso que nos encontramos ante una pléyade de retos a los que deberíamos estar muy atentos. Por una parte, las cuestiones relativas a la **discriminación y a los sesgos** (sobre todo al entrenamiento con datos sensibles como raza, género o religión). Por otra, la **anonimización** (pienso, por ejemplo, en la definición ambigua de datos anonimizados) y los **riesgos de reidentificación** a partir de patrones combinados. En tercer lugar, la **extracción de datos personales** que son públicos en internet pero que no necesariamente son de libre uso para entrenar modelos. En cuarto término, los datos que incluyen **contenido protegido por derechos de autor o por confidencialidad**. En quinto lugar, el cumplimiento de las normativas (muy diversas en cada Estado) **sobre protección de datos**, en especial por lo que hace referencia tanto al consentimiento explícito, informado y específico -lo que aplicado a la IA resulta muy

problemático- como a la aplicación del principio de que el uso de datos personales debe **limitarse a la finalidad** para la cual se recogieron originalmente, lo que en la IA resulta virtualmente imposible porque entrenar un modelo de IA conlleva a múltiples usos derivados. En sexto lugar, la **transparencia y la explicabilidad**, ausentes en muchos casos en los que se recurre a la IA, y la dificultad de auditar y controlar los procesos de datos debido a la complejidad de los sistemas de IA. En séptimo lugar, la **vulneración** a lo largo del entrenamiento de derechos tan obvios como el **derecho de acceso y rectificación** y el **derecho al olvido**. En fin, los aspectos de **Derecho internacional privado**, fundamentalmente referidos a qué tribunales van a ser competentes sobre una infracción transnacional, qué ley va a aplicarse y, como consecuencia, de ello, quién a va a resultar finalmente responsable -el desarrollador, el proveedor de datos o el usuario final- de la infracción. Como ve, nos queda mucho camino por recorrer y estamos todavía en mantillas. Pienso que el verdadero reto -y ahí nos jugamos el futuro de las siguientes generaciones- es conseguir un equilibrio estable entre el desarrollo -imparable- de la IA - y la protección de los derechos

fundamentales en los que hemos cimentado nuestras sociedades democráticas. Un reto, sin duda, fascinante y complejo.

En su experiencia con políticas públicas y gobernanza a nivel europeo, ¿cómo puede la regulación ayudar a mitigar los sesgos de IA en sectores sensibles como la sanidad, la publicidad o las herramientas policiales predictivas?

Pienso que una regulación inteligente es crucial en estas materias sensibles porque permite establecer estándares éticos, legales, técnicos para garantizar que los sistemas de IA van a ser justos y responsables y van a respetar los derechos fundamentales. En este contexto, y solo a título de ejemplo, deberíamos valorar aspectos como las **evaluaciones de impacto algorítmico** para analizar cómo un sistema de IA podría afectar a diferentes grupos sociales antes de su implementación, o aspectos como la **calidad y la representatividad de los datos** para minimizar el riesgo de sesgos por subrepresentación de ciertos grupos, o aspectos como la prohibición de usar **datos sensibles como raza, etnia o religión** o el respeto a derechos como **no ser discriminado** y poder **impugnar** decisiones de la IA que sean injustas. Yo incidiría también en la necesidad de crear **organismos de supervisión** en sectores sensibles, en exigir en estos sectores una obligación de **explicabilidad** de las decisiones y en concretar la responsabilidad del proveedor de servicios de IA. Con todo, a mi modo de ver el verdadero reto es comprender que la rápida evolución de la IA puede superar la capacidad de cualquier normativa y convertirla en papel mojado. Habrá que poner la prioridad en la colaboración internacional para evitar que los sesgos algorítmicos perjudiquen a las comunidades más vulnerables.

Desde una perspectiva ética y de buenas prácticas, ¿cuál es el papel ideal de la intervención humana para garantizar que la IA actúe de manera imparcial y transparente?

No cabe duda de que la intervención humana en los sistemas de inteligencia artificial (IA) es esencial. El problema reside en acordar un **marco razonable** en el que el control humano no acabe ahogando el desarrollo de la propia IA en aquellos lugares donde se establezca

una normativa para ello, como ocurre en Europa. Ello debería implicar, entre otras muchas cosas, **explicar** cómo se toman las decisiones, **comunicarlas** de forma que se fomente la confianza en la tecnología, **garantizar la supervisión humana** en decisiones que afecten a derechos fundamentales, **priorizar los equipos multidisciplinares**, **integrar a personas, organizaciones sociales y comunidades** potencialmente afectadas por la IA para entender mejor sus preocupaciones y expectativas y, sobre todo, **fomentar la educación y la formación permanente**, tanto en lo que respecta la actualización en nuevas tecnologías como en las implicaciones éticas y sociales de las decisiones. Nos queda mucho por aprender, pero pienso que nos encontramos ante un reto fascinante: cómo conseguir que los algoritmos trabajen para los "androrritmos" y no al revés. Y ello sin duda nos va a obligar a revisar en profundidad en los próximos años muchas cosas que hemos dado por sentadas, incluyendo todos nuestros sacrosantos postulados sobre la propiedad intelectual. Como ve, palabras mayores.

Ferraiuoli



ASIPI EN ACCIÓN: PRESENTACIÓN DE ESTUDIOS Y TRABAJOS ESPECIALES

En un panel moderado por Luis Henriquez, presidente de **ASIPI**, se presentaron tres estudios que la Asociación desarrolló para profundizar en temas de impacto estratégico en la región. El primero, liderado por Mario Pomares, Luis Alonso García y Jorge Chávarro, destacó el impacto de las Denominaciones de Origen (DO) y las Indicaciones Geográficas (IG) en la economía y el desarrollo social, resaltando cómo estas herramientas potencian el valor de los productos locales y contribuyen al crecimiento de las comunidades.

Por su parte, Maritza Reátegui y Mónica Bonnett abordaron los

retos y oportunidades en la industria del cannabis en América Latina, enfocándose en la regulación y su papel como motor de desarrollo económico. Finalmente, Ray Meloni presentó el estudio sobre Expresiones Tradicionales Garantizadas (ETG), destacando la importancia de preservar las tradiciones culturales mediante herramientas legales que promuevan su reconocimiento y protección. Este espacio reflejó el compromiso de **ASIPI** con el análisis y la promoción de temas de propiedad intelectual que impactan positivamente en el desarrollo de la región.





BC&B.
LAW & BUSINESS
Est. 1969

Sobre Nosotros

“Con una historia de más de 50 años, BC&B ha evolucionado desde su origen como una firma boutique de propiedad industrial para llegar a ser el día de hoy una firma multidisciplinaria, que asesora a sus clientes no solo desde una perspectiva legal, sino desde una perspectiva comercial y de negocio, adaptándose en toda nuestra historia a unas necesidades del mundo real”.

Contacto



55 5263 8730



main@bcb.com.mx



www.bcb.com.mx



Leibnitz 117, Ciudad de México



BC&B.
LAW Est. 1969

Consultoría Legal

En BC&B prevemos, cuidamos, defendemos, y agregamos valor al patrimonio de nuestros clientes, acompañándolos en todo momento con un capital humano altamente calificado y especializado; para así darles tranquilidad, velar por sus intereses e impulsar sus negocios mediante la cultura de la legalidad y la innovación.

Servicios

- Propiedad Intelectual
- Derecho Corporativo.
- Litigio Civil y Mercantil.
- Litigio Administrativo.
- Societario.
- Fusiones y Adquisiciones.
- Contratos Comerciales.
- Gobierno Corporativo.
- Reestructuraciones.
- Franquicias y Distribución.
- Litigio Familiar.
- Arbitraje Comercial.
- Derecho Regulatorio.
- Derecho Migratorio.
- Comercio Exterior.
- Derecho Laboral.
- Entretenimiento.
- Adquisiciones Públicas.



BC&B.
BUSINESS Est. 1969

Consultoría de Negocios

Tenemos las soluciones que te permitirán lograrlo aprovechando al máximo los incentivos disponibles para maximizar tus ventajas competitivas. Apoyamos a las pequeñas, medianas y grandes empresas a transformarse para potenciar su negocio.

The Retail Community

Consolidamos la primera comunidad especializada en Retail & E-commerce de México.

Servicios

- Transformación Estratégica.
- Transformación y Lobbying Comercial.
- Innovación Sistemática para Retail.
- Investigación Cualitativa y Cuantitativa del Consumidor/Cliente.
- Reclutamiento Comercial.
- Servicios de Nómina, Contabilidad e Impuestos.
- Transformación Digital Comercial.

ENTREVISTA



Jorge Chávarro

Responsable del Estudio de Indicaciones Geográficas

¿Cuál es la importancia de las Indicaciones Geográficas en la protección de productos únicos ligados a una región específica, y cómo estas herramientas contribuyen al desarrollo económico y cultural de las comunidades locales?

La importancia de las Indicaciones Geográficas (En adelante "IGs") radica en la capacidad para elaborar productos, de calidad única, que reflejan las tradiciones culturales, productivas y geográficas de una región. Así mismo, por preservar el conocimiento y el orgullo de las comunidades locales gracias a la conexión existente entre el producto y la zona geográfica.

Las IGs contribuyen al desarrollo económico y cultural al otorgar a los productos un valor agregado por su reputación, calidad y métodos utilizados en su elaboración, logrando que se obtengan precios más competitivos en el mercado. Lo anterior, permite que los productores obtengan mayores ingresos y mejore su calidad de vida, al tiempo que se impulsa la economía e infraestructura local de la zona geográfica donde proviene el producto.

¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los productores y legisladores en la implementación de Indicaciones Geográficas en Latinoamérica, y qué ejemplos exitosos podrían inspirar a otras regiones a adoptar este sistema?

Los principales desafíos de los productores y legisladores son:

1. Falta de conocimiento por parte de los propios productores y consumidores de las IGs
2. Ausencia de insumos para formular políticas públicas efectivas para la promoción de las IGs
3. Falsificación por parte de productores que venden los productos como una IG sin que lo sea
4. Falta de asociatividad entre los productores de IGs
5. Incidencia negativa de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales, ecológicos y legales para la efectiva comercialización y protección de las Indicaciones Geográficas

Si bien hay muchos casos exitosos, se destacan los siguientes en Latinoamérica:

- **Café de Colombia:** Reconocida como IG en el ámbito internacional, como en la Unión Europea, que tiene 360.000 cafeteros agremiados.
- **Tequila:** IG reconocida también en el ámbito internacional, que tiene 250.000 miembros con 2227 marcas autorizadas para vender el producto como Denominación de Origen.

¿Cómo influyen las Indicaciones Geográficas en las decisiones de los consumidores a nivel global, y qué impacto tienen en el posicionamiento de productos locales en mercados internacionales?

Las IGs influyen significativamente en las decisiones de los consumidores puesto que estos productos transmiten una percepción de calidad, autenticidad y exclusividad asociada

a la elaboración en una zona geográfica determinada. Esto las convierte en un sello de confianza que influye en las preferencias de compra.

En los mercados internacionales, las IGs contribuyen al posicionamiento de productos locales al destacar su origen y tradición mediante la promoción del producto enfocada en la autenticidad y origen. Este reconocimiento, exclusivo del terruño, impulsa las exportaciones generando beneficios económicos y sociales a través del aumento del prestigio del producto y turismo en la región.

De esta manera, las IGs actúan como un puente entre tradición, arraigada a un lugar geográfico, y modernidad, permitiendo que los productos locales se integren exitosamente en mercados globales sin perder su identidad.

Presione AQUÍ
para ver el estudio completo

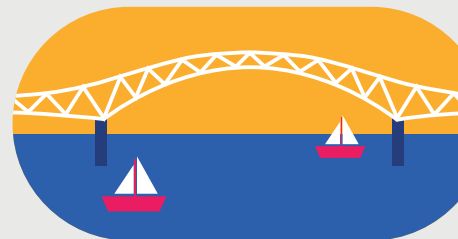
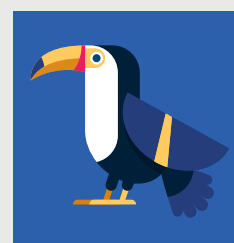
LATAM | CARIBE

**CERVIERI
MONSUAREZ**

CM le da la bienvenida
a todos sus clientes, amigos
y colegas a **ASIPI Panamá.**

www.cervierimonsuarez.com

Líderes en
propiedad intelectual



ENTREVISTA



Ray Meloni



Johana Aguirre

Responsables del Estudio de Especialidades Tradicionales Garantizadas

¿Cuál es el rol de las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) en la protección y promoción de la cultura en Latinoamérica, y qué beneficios económicos y culturales podrían ofrecer a los productores locales?

Consideramos que las ETG son herramientas legales que desempeñan un papel crucial en la protección y promoción del acervo cultural, las tradiciones, las diversas manifestaciones del saber -hacer ancestral y las técnicas de elaboración milenarias de diversos productos que inicialmente fueron identificados con un origen geográfico específico y hoy son recetas que son valoradas y apreciadas a nivel mundial. Actúan como un puente entre el patrimonio cultural y el mercado, asegurando que las prácticas ancestrales se preserven y valoren a través del tiempo.

Dentro de los beneficios económicos podríamos decir, por un lado, que los productos con ETG pueden posicionarse en mercados nacionales e internacionales, atrayendo consumidores dispuestos a pagar precios más altos por bienes auténticos y de calidad certificada y también que impulsan cadenas productivas locales, fomentando el empleo y generando ingresos sostenibles para comunidades rurales y pequeños productores.

En lo que respecta a beneficios culturales, gracias a las ETG se puede garantizar la continuidad de tradiciones y técnicas transmitidas de generación en generación, evitando su desaparición se refuerza el orgullo comunitario al destacar productos como símbolos culturales representativos de una región o país y se incentiva el reconocimiento del valor cultural de los productos tradicionales entre consumidores y productores.

¿Qué obstáculos enfrentan los países latinoamericanos en la implementación de las ETG, y cómo se pueden superar para fortalecer el reconocimiento y la valorización de los productos tradicionales?

Hemos identificado varios obstáculos, uno de ellos es la falta de conocimiento que existe de la figura como tal y por lo tanto de su verdadero valor. Sería muy importante por parte de las Oficinas Nacionales competentes y de Asociaciones como ASIPI que ayuden a implementar campañas de sensibilización y capacitación dirigidas a los productores locales para que comprendan los beneficios y los requisitos para obtener una ETG.

Capacitar también a los productores en técnicas de marketing y exportación, además de promover plataformas

y canales de venta específicos para productos con ETG. El apoyo de gobiernos y Cámaras de Comercio e Industria en ferias y exposiciones internacionales también puede ayudar a posicionar estos productos en mercados globales. Otro gran obstáculo es que la normativa sobre ETG en algunos países de Latinoamérica es insuficiente o poco clara, lo cual crea incertidumbre legal y dificulta la protección eficaz. Sería importante en este punto el desarrollo de una legislación clara y robusta que permita la protección efectiva de las ETG y contemple procedimientos accesibles y transparentes. Esto puede incluir reformas legales, así como la simplificación de trámites para registrar productos. Ahora bien, recordemos que la regulación sobre las ETG no es una solución en sí misma, sin embargo, constituye la manifestación política que nuestros países quieren avanzar en la protección de sus intangibles culturales y a partir de ello, generar círculos virtuosos de desarrollo económico para sus ciudadanos.

No olvidemos que ante la inexistencia de regulaciones específicas que protejan el valor intangible de los productos tradicionales es muy común que terceros utilicen la reputación y el buen nombre de las ETG, para desarrollar recetas que no se ajustan a la descripción tradicional o que utilicen diferentes ingredientes, con el único afán de obtener ganancias desmedidas.

Estas prácticas desleales, no sólo decepcionarán al consumidor, sino que principalmente desprestigiarán a la ETG. Sin regulación sobre ETG los productores ni los consumidores tienen mecanismos para defenderse contra la competencia desleal o la publicidad engañosa.

¿De qué manera podrían las ETG contribuir al desarrollo del turismo en la región y cuáles serían los pasos clave para que los países en Latinoamérica adopten y promuevan este tipo de regulaciones?

Las ETG pueden convertirse en la locomotora del desarrollo turístico en las regiones de Latinoamérica, pues podrían atraer turistas interesados en experimentar productos únicos y conocer su historia y proceso de producción.

En efecto, el turismo asociado a las ETG puede generar círculos virtuosos y con ello dinamizar las economías

locales, generando empleos intensivos en mano de obra en los sectores: producción, comercio y servicios turísticos. Así, al igual que en el caso de las denominaciones de origen se podría crear rutas, museos, ferias y experiencias turísticas que integren los productos protegidos, facilitando y promoviendo el acceso de los turistas a las regiones.

La implementación del régimen de protección de las ETG permitirá que productos tradicionales puedan gozar de los beneficios económicos tanto para los productores locales, tales como: mejores precios, mejor acceso a mercados, mayor rentabilidad y mejor control, como para los consumidores, a saber: trazabilidad, mayor calidad y transparencia en la información.

Para el caso particular del turismo gastronómico las ETG aparecen como una herramienta ad-hoc que debiera ser promovida por los países, no sólo para proteger y reivindicar la paternidad de sus manifestaciones culinarias, sino principalmente para generar desarrollo económico en sus beneficiarios.

Resumen:

Las ETG no solo son un instrumento económico, sino también una herramienta poderosa para proteger la riqueza cultural de Latinoamérica, asegurando que las tradiciones locales se conserven, pero generando valor para sus beneficiarios.

Fortalecer el reconocimiento y valorización de los productos tradicionales latinoamericanos mediante ETG requiere de una estrategia integral, en la que participen tanto los sectores públicos como privados. Además, una mayor cooperación regional y alianzas estratégicas con organismos internacionales pueden facilitar el intercambio de buenas prácticas y la creación de un marco sólido para la protección de las ETG en la región.

Latinoamérica tiene un gran potencial para implementar, a partir de las ETG, una herramienta estratégica en el desarrollo turístico de nuestros países, promoviendo al mismo tiempo su cultura y sostenibilidad económica.

Presione AQUÍ
para ver el estudio completo

ENTREVISTA



Mónica Bonnett

Responsable del Estudio de la Industria del Cannabis

¿Cuál es la situación actual de la regulación del cannabis en América Latina y qué países lideran los avances en este ámbito?

El uso del cannabis con fines medicinales es legal en varios países de América Latina, como Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México, aunque cada uno tiene su propia legislación y regulación. Algunos países están trabajando en normativas para regular el cannabis medicinal e industrial, mientras que otros, como Venezuela, aún no cuentan con legislación al respecto. Uruguay es el único país de la región que ha legalizado el uso de cannabis para adultos.

Los avances en el tema lo están liderando Uruguay, Colombia, Perú, México.

Sin embargo, la mayoría de los países no tienen regulaciones claras sobre la propiedad industrial, las variedades vegetales, ni sobre el registro sanitario de productos derivados del cannabis.

¿Qué oportunidades ofrece la industria del cannabis en términos de desarrollo económico y social en América Latina?

La industria del cannabis ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años debido al aumento de la demanda de productos de cannabis con fines medicinales y recreativos. La región tiene ventajas naturales competitivas para el cultivo de cannabis, ya que la ausencia de estaciones marcadas permite obtener hasta tres cosechas al año, lo que aumenta la productividad. Además, la tierra, la mano de obra y la energía eléctrica suelen ser más baratas que en otras regiones como Europa o América del Norte.

La industria del cannabis en América Latina, se estima que en 2021 alcanzó un valor de 170 millones de dólares, con un crecimiento del 17%, posicionando a México como el mercado más importante con unos 59 millones de dólares. La industria del cannabis en la región aún está en sus inicios y su crecimiento está impulsado principalmente por un mayor acceso a los productos de cannabis en diferentes formatos, así como por una mayor conciencia y aceptación del uso medicinal del cannabis. El mercado del cannabis medicinal es el más prometedor en la región, con un crecimiento anual estimado del 91% en los próximos cinco años. La plataforma Statista proyecta que para 2024 el valor del mercado legal de cannabis recreativo en América Latina debería alcanzar los 300 millones de dólares. Se espera que para 2026, el mercado regional de cannabis medicinal alcance los 1.200 millones de dólares.

¿Cuál es la importancia de la propiedad industrial en el desarrollo de la industria del cannabis?

La propiedad industrial es una herramienta que permite a través de las marcas identificar los productos o servicios de esta industria y a través de las patentes de invención proteger las invenciones que son producto de la investigación en la industria del cannabis, por lo cual cobra vital importancia en el desarrollo de esta industria. Permite la valorización de activos intangibles y la protección de los mismos.

Es necesario mejorar la legislación en estas áreas para permitir la protección de marcas y patentes, así como para facilitar el acceso a los productos farmacéuticos a través de un marco regulatorio más claro y preciso.

Presione [AQUÍ](#) para ver el estudio completo

ENTREVISTA



Maritza Reátegui

Responsable del Estudio de la Industria del Cannabis

¿Cuál es la situación actual de la regulación del cannabis en América Latina y qué países lideran los avances en este ámbito?

La regulación del cannabis en América latina podemos dividirla en 3 vertientes: cannabis de uso medicinal y terapéutico, cannabis de uso recreativo y el uso industrial del cáñamo.

Respecto al uso del cannabis de uso recreativo, este se reguló e implementó en Uruguay. Es el único país en Latinoamérica que tiene una regulación para su cultivo, producción y uso recreativo. Es interesante que la implementación se dio en forma paralela al cannabis de uso medicinal. Algunos detractores de la regulación indican que uno de los desaciertos es que se debió esperar el progreso de la aplicación del cannabis de uso medicinal antes de legalizar el uso recreativo. Lo que sí, Uruguay es y ha sido uno de los primeros países en regular esta figura permitiendo también los usos industriales del cáñamo.

En el resto de los países de latinoamérica, los avances en la regulación se han dado por el cannabis de uso medicinal o terapéutico. Esta regulación en algunos países ha significado una sobrerregulación que se ha convertido en una barrera de acceso al mercado de los productos,

principalmente por el desconocimiento y los prejuicios que genera su regulación y uso por parte de las autoridades administrativas.

En Colombia se tiene muchas licencias de cultivo de cannabis y una regulación muy importante relacionada a las zonas francas así como el uso de cosméticos con ingredientes de cannabis acorde a los listados internacionales, mientras que en el Perú, la regulación de cannabis ha permitido el otorgamiento de registros sanitarios a productos naturales de uso en salud que permite la presentación de monografías que acrediten el uso ancestral del producto, así como la preparación de fórmulas magistrales con cannabis elaboradas en las farmacias autorizadas por el Ministerio de Salud, siendo la primera farmacia en importar los insumos, la misma farmacia de la Digemid, precisamente la autoridad que supervisa los productos con cannabis.

Respecto al uso industrial del cannabis se diversifica en áreas como la textil, alimentos, construcción, etc. Este uso del cáñamo se usaba y se permitía de manera ancestral en muchos de nuestros países, antes de que se penalizara su consumo. Actualmente, en el Perú existe un proyecto de ley presentado por el Congreso de la República que permitirá su uso para fines industriales, dinamizando sectores como la artesanía. A propósito de este tema, nos llegó un caso de una comunidad en el Cuzco que deseaba usar cáñamo en sus textiles, lo cual le permitiría entregar tejidos más amigables con el ambiente y con un ahorro importante de agua en el proceso productivo.

¿Qué oportunidades ofrece la industria del cannabis en términos de desarrollo económico y social en América Latina?

La industria del cannabis en América Latina ofrece importantes oportunidades, particularmente en países con climas favorables y tradición agrícola.

Desde una perspectiva económica, la legalización y regulación del cannabis han fomentado la inversión extranjera, impulsando la creación de empleos en sectores clave como el agrícola, el farmacéutico y el tecnológico. Esto no solo dinamiza las economías locales, sino que también diversifica sus fuentes de ingresos.

En el ámbito social, una regulación adecuada permite generar un entorno legal para el cultivo y comercio de

cannabis, lo que reduce significativamente el poder del mercado ilegal. Esto promueve mayor seguridad.

¿Cuál es la importancia de la propiedad industrial en el desarrollo de la industria del cannabis?

Definitivamente el uso del cannabis se puede y debe proteger a través de la propiedad intelectual.

La propiedad intelectual va de la mano con la regulación del cannabis. La propiedad intelectual protege las inversiones e incrementa las investigaciones del cannabis por las universidades, institutos, sector público y privado. Uno de los temas más importantes es la generación de la investigación, incluidas en las regulaciones de todos los países en cannabis, que permiten la importación de los insumos, el cultivo controlado hasta la fase final del proyecto de investigación.

Si no hay una regulación que permita el uso del cannabis para fines de investigación, difícilmente se podrá realizar todo el proceso de investigación y por tanto, la generación de la propiedad intelectual local.

Las empresas deben mantener el control sobre sus activos de cannabis con las protecciones que da la propiedad intelectual al tiempo que tienen en cuenta las características distintivas de la industria del cannabis.

Presione [AQUÍ](#)
para ver el estudio completo



GOODRICH
 **RIQUELME**
ASOCIADOS

MULTIDISCIPLINARY LAW FIRM OFFERING
TAILORED SOLUTIONS TO YOUR BUSINESS SINCE
1934.

**COMMITTED TO
EXCELLENCE.**

**CONNECTED TO
PEOPLE.**

GOODRICHRIQUELME.COM

RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN MATERIA PUBLICITARIA

En un interesante panel moderado por Ana Cristina Arroyave (IDEAS - Costa Rica), expertos de América Latina y Europa analizaron los sistemas de resolución de controversias publicitarias en ambas regiones. Rafael Atab (AIPPI - Brasil), María Jimena Cobreros (Procter & Gamble - Panamá), Jordi Güell (ECTA - España) y Sergio Barragán (Pepsico - México) abordaron cómo las empresas enfrentan disputas relacionadas con envases, slogans, claims, publicidad comparativa y otras estrategias comunicativas que pueden generar conflictos con competidores. En particular, se discutió el uso de organismos públicos y privados como alternativa para obtener decisiones rápidas sobre la legalidad de estas prácticas, comparándolo con las acciones judiciales tradicionales.

Los panelistas destacaron la relevancia de encontrar puntos comunes entre las jurisdicciones para fomentar la previsibilidad y reducir las tensiones entre competidores. Además, se subrayó la importancia de garantizar un equilibrio entre la creatividad publicitaria y el respeto a los derechos de propiedad intelectual, enfatizando que estos organismos contribuyen a un entorno comercial más transparente y competitivo.





FROM INTELLECTUAL PROPERTY TO ARBITRATION AND STRATEGIC LITIGATION.

WE ARE DANNEMANN SIEMSEN

Recognised as leaders in Latin America, Dannemann Siemsen is formed by a team of experts and has been dedicated to defending Intellectual Property since 1900. The firm operates throughout the world, offering first-rate IP services and litigation, covering all industry segments of large companies as well as attending IP Firms from all different regions. We have offices in three Brazilian state capitals. Also, in 2019 we opened a new hub in Uruguay for Latin America to deal with IP protection issues throughout the region in a coordinated and centralised manner.

From the management of prosecution matters on daily basis to the most complex litigation and contract involving IP rights, innovation and digital law, we are ready to build up a team of experts that better suits your case to bring you the best results.

Our experience was built in human knowledge, creativity, relationships, respect, ethical values, diversity and a continuous pursuit of being ahead of the future changes.

**DANNEMANN
SIEMSEN**

ENTREVISTA



Sergio Barragán

Speaker y Director Jurídico Sr. en PepsiCo,

Desde su experiencia con marcas globales como PepsiCo, ¿qué diferencias y similitudes observa entre los sistemas de resolución de controversias en temas publicitarios en Latinoamérica y Europa?

Ambos sistemas presentan tanto diferencias como similitudes, dadas las particularidades legales y regulatorias propias de cada región. Entre las similitudes podemos encontrar, que ambos sistemas tienen como finalidad proteger a los consumidores, evitando que sean inducidos a engaños o error por medio de prácticas desleales de los anunciantes, y que existen órganos de autorregulación, en los que se crean lineamientos éticos y códigos de conducta para guiar las prácticas publicitarias, con procedimientos para resolver las disputas sin recurrir a instancias judiciales, ya sea a través de procedimientos de mediación y/o arbitraje. Las diferencias se concentran en sus propias estructuras legales y regulatorias. En Europa se guían por un marco legislativo común, pero cada país manteniendo su propia regulación. Mientras tanto en Latinoamérica, cada país cuenta con su propio sistema y regulación, que aunque similar entre ellos, puede llegar a variar considerablemente. La autorregulación en Europa es más consistente y fuerte que en Latinoamérica, donde las asociaciones juegan un papel muy importante

y las sanciones por violaciones a los códigos de ética son regularmente gestionados a nivel de la industria. Mientras tanto en Latinoamérica, aunque si bien existe la autorregulación en la mayoría de los países, la influencia del gobierno es más marcada, y los organismos públicos de protección al consumidor tienen una mayor influencia.

¿Qué aspectos considera que serían más efectivos de adoptar de una región a otra?

Desde mi perspectiva, sería conveniente fortalecer la autorregulación en Latinoamérica, similar a lo que tienen Europa, buscando estandarizar la misma a nivel regional, y tratando así de disminuir la intervención del gobierno. En adición se podría buscar una estandarización de normas publicitarias a nivel regional, tal como existen en las directivas de la UE, lo cual puede facilitar la resolución de disputas transnacionales, impulsando la mediación o arbitraje, sin necesidad de acudir siempre a las instancias administrativas o judiciales. Los gobiernos en LatAm deben invertir más en educar al consumidor, así como hacer más públicas las sanciones en materia publicitaria, como efecto disuasivo para que terceros no incurran en tales prácticas. Por su parte, Europa debería contar con una mayor supervisión gubernamental y tener un papel más activo en la supervisión e implementación de sanciones.

¿Cómo logran las grandes corporaciones globales anticiparse a prevenir conflictos en materia de propiedad intelectual alrededor de los anuncios publicitarios, slogans y claims en diferentes jurisdicciones? ¿Existen directrices específicas que recomienda a otras empresas para evitar controversias de este tipo?

No puedo hablar por todas, pero te puedo contar cuál ha sido mi experiencia dentro de PepsiCo después de 20 años trabajando en una compañía global de alimentos y bebidas y viendo temas de Propiedad Intelectual en varios países alrededor del mundo.

En primer lugar, realizamos una investigación muy detallada y exhaustiva de los derechos de Propiedad Intelectual que usaremos ya sea para el lanzamiento de un producto o de una campaña. Esta investigación inicia con búsquedas de antecedentes registrales y de derechos de autor ante los sistemas y bases de datos de cada uno de los países en donde el producto o la campaña serán lanzados. Estas investigaciones y búsquedas son super robustas y de vital importancia. Del mismo modo se revisan que todos los derechos, tales como música, interpretaciones y cualquier otro derecho de autor, este protegidos o se cuenten con los derechos para su explotación. Una vez realizada la búsqueda exhaustiva y asegurando que todos los elementos que serán usados son originales, o que se cuentan con los derechos suficientes para ser usados y explotados, se procede a la protección de aquellos que se consideren susceptibles de protección. Si la campaña o el producto esta planeado para ser lanzado en varios países, entonces la protección se lleva a cabo en todos ellos.

Ahora bien, las campañas no son solo revisadas por los abogados de Propiedad Intelectual, sino que todas ellas pasan por la revisión y aprobación de varias áreas, volviéndose entonces un proceso multifuncional. Existe un equipo legal que revisa temas de consumidor o marketing law, así como un equipo de regulatorio, que se asegura que todos los claims y todo lo que digamos en las campañas sea real, verídico, comprobable y que no infringe regulaciones sobre publicidad. Se evita en todo momento que las campañas que sean lanzadas sean contrarias al Código de Conducta y principios éticos que rigen el actuar diario

de nuestra compañía. Nos aseguramos que ningún claim o slogan sea percibido como engañoso, exagerado o falso.

¿Cuál es el papel de los organismos privados en la resolución de disputas publicitarias frente a los organismos públicos? ¿Cree que estos organismos privados son lo suficientemente ágiles y efectivos para dar seguridad jurídica a las empresas?

Su rol debe ser siempre complementario en la protección del consumidor y en la promoción de la sana competencia. Los organismos privados deben de seguir promoviendo el cumplimiento de códigos de ética y de buenas prácticas comerciales dentro de las industrias. Tienen que garantizar que las empresas actúen de forma adecuada, evitando prácticas engañosas o desleales. Del mismo modo deben tener sistemas robustos, efectivos y eficientes de mediación o arbitraje, en los cuales se puedan resolver de forma rápida y económica las controversias entre particulares. Por su parte, los organismos públicos deben asegurarse que se cumplen con las leyes y normativas en materia de publicidad y competencia, aplicando las leyes de forma adecuada cuando así se requiera, e imponiendo las sanciones correspondientes contra los posibles infractores, acudiendo a las instancias judiciales cuando así se requiera y asegurándose que tanto el consumidor, como las empresas están debidamente protegidas. De igual forma, creo que los organismos públicos deben jugar un rol mucho más importante en la educación del consumidor, para que este sea capaz de identificar cuando una campaña es tendenciosa o engañosa, y saber a quién acudir en esos casos. Los organismos privados suelen ser más ágiles y flexibles, ya que pueden emitir decisiones más rápidas sin acudir a varias instancias dentro del sistema judicial. La diferencia con los organismos públicos es que estos últimos son más formales y tienen el respaldo de la ley, por lo que aunque sus procedimientos pueden ser más complejos y lentos, sus decisiones tienen mayor peso y son más coercitivos y aplicables. En muchas ocasiones las decisiones de los organismos privados no son vinculantes y en ocasiones hace difícil la aplicación de la resolución.



PROPIEDAD INTELECTUAL, PRIVACIDAD Y DERECHOS DE IMAGEN: CUESTIONES DE ACTUALIDAD EN LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO PARA ADULTOS

Moderado por José Roberto Herrera (Herrera Díaz Abogados - Colombia), este panel reunió a Marc Randazza (Randazza Legal Group - Estados Unidos) y Jennifer McCarthy (Playboy Enterprises, Inc. - Estados Unidos) para explorar los desafíos legales y éticos que enfrenta la industria del entretenimiento para adultos en la actualidad. Desde el uso no autorizado

de contenidos en plataformas no oficiales hasta la creciente problemática de suplantaciones de identidad mediante tecnologías como la inteligencia artificial, el debate abordó cuestiones clave en la intersección de la propiedad intelectual, la privacidad y los derechos de imagen.





GRUENBAUM, POSSINHAS & TEIXEIRA

ADVOGADOS - PROPRIEDADE INTELECTUAL
LAW FIRM - INTELLECTUAL PROPERTY

ENTREVISTA



Jennifer McCarthy

Director of Global IP & Brand Enforcement en Playboy Enterprises, Inc.

Como Director of Global IP & Brand Enforcement en Playboy, ¿cuáles son sus principales tareas y cómo las lleva a cabo?

En mi rol en Playboy, soy responsable de la gestión estratégica del portafolio global de propiedad intelectual (PI) de la compañía en todas sus marcas. Esto incluye un portafolio de marcas registradas con más de 6,000 registros, para garantizar una protección sólida y el cumplimiento en múltiples jurisdicciones. Además, superviso los esfuerzos globales de cumplimiento de marca en apoyo a las nuevas iniciativas de la empresa, así como a los negocios de licencias de medios y productos. Trabajo en estrecha colaboración con equipos multidisciplinarios, proveedores externos y asesores legales externos para navegar por complejos marcos legales, fortalecer nuestros esfuerzos contra infracciones y falsificaciones, y mantener alineadas las estrategias de PI con los objetivos comerciales.

¿Cuáles son los principales desafíos y amenazas en tu industria dentro del ámbito de la propiedad intelectual?

La piratería digital junto con la falsificación en línea parecen ser algunos de los mayores desafíos que

enfrenta nuestra industria en relación con la PI. Los rápidos avances tecnológicos han facilitado que actores malintencionados copien y distribuyan contenido de cualquier tipo en línea, como imágenes, videos y contenido web. En muchos casos, estos ciberdelincuentes se esconden detrás de un muro de anonimato y protección de privacidad cuando las infracciones se cometen completamente en el espacio virtual.

Observamos esto en muchas partes de la industria, con la copia y distribución no autorizada de contenido, incluidas imágenes y videos digitales, pero también vemos un cruce con la falsificación en línea, con un aumento de sitios web fraudulentos. En algunos casos, se replican y publican páginas web completas de contenido protegido bajo nombres de dominio casi idénticos o sustancialmente similares, lo que hace que parezcan ser el sitio web legítimo de una empresa o marca popular.

Con los productos falsificados ya siendo muy comunes en el espacio virtual, a través de plataformas de comercio electrónico y sitios de reventa, este nivel de engaño resulta aún más preocupante. A menudo, es difícil para los consumidores distinguir entre lo auténtico y lo falso, especialmente cuando un sitio web con apariencia de marca les atrae y les hace sentir seguros.

Con el avance de la tecnología, estamos viendo emerger nuevas amenazas a la propiedad intelectual, lo que requiere una adaptación e innovación constantes para mantenerse protegidos.

A medida que la industria del entretenimiento para adultos se traslada cada vez más a los espacios digitales, ¿qué nuevas estrategias o tecnologías está implementando Playboy Enterprises para proteger su marca y los derechos de propiedad intelectual en plataformas en línea?

Aunque no puedo entrar en demasiados detalles por razones de confidencialidad, tengo muchas expectativas de descubrir y aprender más sobre nuevos recursos de inteligencia artificial y tecnologías emergentes que apoyen mejor los esfuerzos de protección, monitoreo y cumplimiento de la marca en estos espacios. Será interesante ver cómo evoluciona este ámbito, ya que esta tecnología, que está contribuyendo a muchos de los desafíos y amenazas potenciales a la PI que enfrentamos, también podría ser la clave para ayudarnos a adaptarnos y abordar algunos de estos complejos desafíos.

Aviso: Las opiniones expresadas en esta entrevista son únicamente mías, basadas en experiencias a lo largo de mi carrera y en mi vida personal, y no reflejan necesariamente las de mi empleador ni las de ninguna otra organización con la que pueda estar afiliada.



Asesoría jurídica de alta calidad, respaldada por experiencia y enfoque en soluciones integrales y efectivas.



PALACIOS
ABOGADOS

+502 2231 8500
info@sercomi.com.gt

Diagonal 6 12-42, zona 10,
Edificio Design Center,
Torre 1, Nivel 3, oficina 301,
Guatemala, Guatemala

INFLUENCERS VIRTUALES EN LA ERA DE LA IA: DESAFÍOS LEGALES, DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y ÉTICOS DE LOS NUEVOS PROTAGONISTAS DEL MARKETING DIGITAL

Moderado por José Antonio Arochi (Arochi & Lindner - México), este panel exploró el impacto y los retos legales, éticos y de propiedad intelectual asociados con los influencers virtuales, una herramienta innovadora en el marketing digital. Las ponentes Mary K. Engle (BBB National Programs - Estados Unidos) y Kathryn Farrara (Unilever - Estados Unidos) analizaron cómo los avances en inteligencia artificial han permitido crear personajes y herramientas para interactuar con audiencias globales, generando un alcance orgánico y efectivo para las marcas. Entre los temas destacados, se abordaron los desafíos legales en la protección de personajes virtuales, la negociación de contratos para su uso comercial y las implicaciones éticas de su implementación.





Con oficinas en Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Guatemala y recientemente con la apertura de sede en Haití, **IDEAS IPS**, fortalece su presencia de **15 años en Centroamérica y en el Caribe** y se consolida como la opción ideal para el manejo regional de la propiedad intelectual bajo una sola llave.

En IDEAS tenemos el compromiso de dar a nuestros clientes atención personalizada, simplificando procesos, desarrollando estrategias regionales de protección y defensa de derechos de propiedad intelectual y brindando asesoramiento jurídico de primer nivel.

Contamos además con **tecnología de punta** y con **una plataforma digital avanzada**, que brinda a nuestros clientes acceso a sus portafolios en tiempo real.

Patentes
Marcas
Derechos de Autor
Registros Sanitarios
Fashion Law

✉ Info@ideasips.com
🌐 www.ideasips.com

DISEÑO Y MARCA: LA SINERGIA QUE POTENCIA EL VALOR EMPRESARIAL

Moderado por Iván Sempere (PADIMA - España), este panel exploró cómo el diseño de productos, combinado con una gestión estratégica de marcas, se convierte en un factor esencial para construir reputación, fidelidad y valor empresarial. Robert Katz (Banner & Witcoff - Estados Unidos), Luiza Duarte (Murta Goyanes - Brasil) y Edanela Perez Broce (Philips - Países Bajos) compartieron ejemplos y perspectivas sobre cómo grandes empresas como Philips y Havaianas han utilizado el diseño como herramienta clave para diferenciarse y posicionarse en mercados competitivos.

El debate destacó la importancia de proteger y comunicar los diseños como activos valiosos dentro del sistema de propiedad intelectual, subrayando que la sinergia entre diseño y marca no solo potencia la competitividad, sino que también establece una conexión emocional con los consumidores. Marcaron que este enfoque estratégico es clave para que las empresas consoliden su liderazgo y aseguren un crecimiento sostenible en el tiempo.





www.jauregui.com.gt

55
años

Jauregui

& Asociados

Abogados y Notarios

Guatemala. Est. 1969

ENTREVISTA



Edanela Pérez
Speaker y Asesora Senior en Propiedad Intelectual
para marcas y diseños en Philips International BV, Países Bajos

Desde tu experiencia trabajando con marcas internacionales como Philips, Adidas y Tommy Hilfiger, ¿qué papel juega la coordinación entre el diseño de producto y la estrategia de protección de marca para garantizar el éxito en mercados tan competitivos?

Más que la coordinación entre diseño de producto y protección marcaría, lo más importante en mi opinión es la creación de una estrategia integral de protección de producto. Esta protección integral es elemental i) para garantizar el éxito del producto en el mercado; ii) para incrementar el valor del producto y iii) para facilitar la lucha contra infractores.

La creación de derechos marcarios o de diseños o de cualquier otro tipo, inicia con la buena coordinación y comunicación con los colegas. Como asesora legal para la Propiedad Intelectual del producto, es extremadamente importante desde muy temprano en el proceso de creación estar en contacto con los inventores y diseñadores de un producto. Esta interacción generará la correcta protección del derecho de autor y de cualquier patente de invención. Seguidamente una vez el diseño exterior del producto es creado, hay que considerar la protección de la forma del producto a través de diseños industriales. Es importante, entender cuáles son los elementos novedosos

del diseño. Junto con los encargados del mercadeo, es importante para el Asesor legal estar al día con las marcas usadas, nuevas marcas y con las tecnologías que se comunicarán al consumidor. Es esencial, poder tener un buen entendimiento del grupo de derechos alrededor de un producto para poder hacer frente a la piratería y a los actores que desean aprovecharse de la inversión de la marca y reputación de una marca.

En un entorno global donde la falsificación y el uso indebido de marcas están en constante evolución, ¿qué estrategias consideras fundamentales para que las empresas puedan proteger la sinergia entre diseño y marca de manera efectiva?

Como Asesora Legal, recomiendo lo siguiente:

1. Comunicación. Comunicación efectiva con inventores, diseñadores y los encargados del mercadeo del producto. Entender sus tecnologías. Conocer los mercados, estrategia de distribución.
2. Protección. Considerar la protección de los elementos más distintivos y novedosos a través de la marca y el diseño industrial. Incluir también Derecho de Autor en algunos casos que lo amerite. Tener un mundo de

derechos para ejercer en cada jurisdicción relevante para el producto.

3. Capacitación. Capacitar a las a los departamentos internos, a las Autoridades, Plataformas en línea, y demás autores que nos ayudarán en la lucha contra la piratería y la infracción.
4. Ejercicio de los Derechos. Ejercer estos derechos contra terceros. Crear un plan de Protección a la marca, a través de monitoreo constante en los mercados relevantes para el producto. Y un plan de acción según la jurisdicción de interés.

¿Cómo influyen las nuevas tecnologías y tendencias, como la inteligencia artificial y la sostenibilidad, en la construcción de diseños y marcas que generen un valor empresarial duradero?

El impacto de nuevas tecnologías en la creación y la innovación de producto es muy significativo. Por ejemplo, hoy día la IA puede crear una marca según la instrucción dada al modelo de Inteligencia Artificial. Lo mismo puede suceder con la creación de un diseño. Este tipo de usos se transforman en retos legales, pues las leyes necesitan adaptarse a estas nuevas herramientas. En el área de IP hay muchos retos con el uso de IA. La IA ha llegado para facilitar el día a día, el manejo de información y disminuir muchos procesos; y vino para quedarse. Tenemos que aprender a utilizarla y a beneficiarnos de ella.

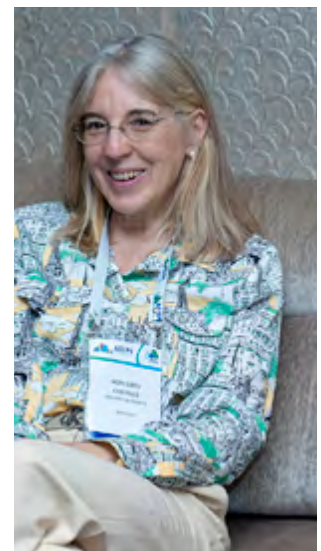


**O'CONOR
& POWER**
ARGENTINA | LATIN AMERICA

San Martín 663, C1004
Buenos Aires, Argentina
ocp@oconorpower.com.ar
oconorpower.com.ar

SESIÓN INFORMATIVA UNH FRANKLIN PIERCE SCHOOL OF LAW

UNH Franklin Pierce School of Law, socio académico de **ASIPI**, ofreció una sesión informativa donde los asistentes conocieron las ofertas educativas de la universidad y los detalles del Concurso de Becas 2025, disponible para todos los asociados de **ASIPI**. La decana Megan Carpenter y la directora de admisiones Sarah Dorner estuvieron presentes para responder preguntas y brindar orientación personalizada, fortaleciendo el compromiso conjunto con la formación académica en propiedad intelectual.



ENTREVISTA



Megan Carpenter
Decana en UNH Franklin Pierce School of Law

¿Podría compartir la visión detrás de la asociación entre la UNH Franklin Pierce School of Law y ASIPI, y cómo estas becas se alinean con la misión de la escuela de apoyar a los profesionales en derecho de América Latina?

Tenemos una oportunidad increíble frente a nosotros. Al trabajar juntos, no solo estamos cambiando las vidas de personas que buscan nuevas oportunidades educativas, sino también fortaleciendo el ecosistema de innovación en toda América Latina.

La innovación y la colaboración internacional son fundamentales si queremos abordar eficazmente algunos de los mayores desafíos que enfrentamos en el mundo, desde el cambio climático y la atención médica hasta el comercio y las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial. América Latina es una región que está emergiendo como un centro importante en el campo de la propiedad intelectual; sin embargo, los países de la región no alcanzan una posición más alta que el puesto 50 en el Índice Global de Innovación elaborado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Un mayor compromiso con la educación es un indicador positivo y puede marcar una diferencia significativa. El enfoque visionario del liderazgo de **ASIPI** promete ser transformador en la región. La Facultad de Derecho Franklin

Pierce de la Universidad de New Hampshire y el liderazgo de **ASIPI** están colaborando para mejorar las oportunidades educativas en la región mediante la provisión de más de \$1.2 millones en becas durante cinco años. Nuestra misión en Franklin Pierce es empoderar a otros para contribuir de manera productiva a un sistema legal global, y creemos que esta inversión en América Latina ayudará a fortalecer el ecosistema de innovación.

¿Qué diría que hace a estas becas una oportunidad única y por qué los aspirantes deberían considerar postularse?

Estados Unidos es uno de los países más innovadores del mundo, y el sistema educativo en propiedad intelectual en los EE. UU. puede proporcionar una base excelente para quienes deseen fortalecer la innovación en América Latina. Sin embargo, una educación legal en los EE. UU. es significativamente más costosa que en la mayoría de los otros países. El costo de asistir a una escuela de derecho en los EE. UU. se considera uno de los más altos a nivel global, siendo a menudo más de tres veces superior al de otras naciones.

Estas becas hacen que una educación legal en los EE. UU. esté disponible de forma gratuita.

Las becas incluyen una beca completa anual para la

modalidad híbrida del Juris Doctor (JD) en Propiedad Intelectual, Tecnología y Derecho de la Información; dos becas completas anuales para la Maestría en Derecho en Propiedad Intelectual (LLM), ya sea presencial u online, o para la Maestría en Propiedad Intelectual (MIP); y tres becas completas anuales para el Instituto de Verano en Propiedad Intelectual de Franklin Pierce (IPSI).

Hasta ahora, los beneficiarios de las becas han encontrado beneficios tanto en la práctica privada como en el trabajo dentro de empresas. Hemos recibido estudiantes de Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú, Uruguay y Vene-

zuela. No puedo describir adecuadamente la emoción y el orgullo que siento al ver a estos estudiantes cruzar la puerta al comienzo del año y luego caminar por el escenario durante la graduación. **ASIPI** ha sido un socio fenomenal, y juntos creo que estamos cambiando vidas. En un momento en que los temas de propiedad intelectual son críticos para la economía global y el futuro de nuestra sociedad, esta asociación garantizará que los profesionales de propiedad intelectual en toda América Latina estén preparados para liderar el camino. La colaboración entre la UNH Franklin Pierce y **ASIPI** hace esto posible.



University of New Hampshire
Franklin Pierce School of Law

Join the INTELLECTUAL PROPERTY POWERHOUSE

ASIPI Scholarship Opportunities!

LL.M.

In-person and online learning options for **foreign-trained lawyers**

M.I.P.

In-person and online options for students **without a first degree in law**

Hybrid J.D.

Earn your Juris Doctor degree **primarily online in Intellectual Property, Technology & Information Law**

IP Summer Institute

June 7-14, 2024

Learn about hot **topics in IP & access world-class faculty**, researchers, and industry professionals

law.unh.edu/ip-powerhouse

ENTREVISTA



Sarah Dörner
Assistant Dean for Graduate Admissions and International Outreach

¿Podría explicar el proceso de solicitud para las becas asociadas con **ASIPI** y las cualidades o experiencias clave que el equipo de admisiones busca en los candidatos?

Los candidatos interesados en el Programa de Becas **ASIPI**-UNH Franklin Pierce deben visitar la página web de **ASIPI** dedicada específicamente a la información sobre el programa de becas, los requisitos para el concurso de ensayos y cómo participar. Puede encontrarla aquí: **ASIPI** Becas 2025.

Proceso de Solicitud

1. Concurso de Ensayos:

- **ASIPI** organiza dos concursos de ensayos separados:
 - Uno para los programas de Juris Doctor Híbrido (JD), LLM y Maestrías.
 - Otro para el Instituto de Verano en Propiedad Intelectual (IPSI).
- Plazos y Requisitos de Envío:
 - Para el JD Híbrido, LLM y Maestrías: Presentar un ensayo de 10 a 15 páginas en inglés sobre cualquier

tema relacionado con la propiedad intelectual antes del 31 de enero de 2025.

- Para las becas IPSI: Presentar un ensayo de hasta 10 páginas en inglés sobre cualquier tema relacionado con la propiedad intelectual antes del 31 de enero de 2025.
- Los ensayos deben enviarse a la Secretaría de **ASIPI**.
- Un jurado compuesto por miembros de **ASIPI** y/o empleados de UNH Franklin Pierce con experiencia académica y profesional en el campo de la propiedad intelectual evaluará los trabajos y seleccionará a los ganadores.

2. Admisión al Programa:

- Los miembros de **ASIPI** que compitan por las becas para JD Híbrido, LLM o Maestrías también deben postularse para la admisión al programa correspondiente en la Escuela de Derecho UNH Franklin Pierce.
- Se recomienda postularse al programa mientras esperan los resultados del concurso de ensayos para evitar demoras, ya que el proceso de revisión y los trámites de visa pueden tardar varios meses.

- Los procesos de admisión para el JD Híbrido son diferentes de los de LLM y Maestrías, por lo que los postulantes deben revisar cuidadosamente las diferencias.

3. Requisitos de Admisión:

- Dominio del Inglés:
 - Para LLM o Maestrías: Puntaje mínimo de 80 en el TOEFL o 6.5 en el IELTS.
 - Para JD Híbrido: Puntaje mínimo de 100 en el TOEFL o 7 en el IELTS.
- Requisitos Adicionales para JD Híbrido:
 - Mínimo de tres años de experiencia en los campos de propiedad intelectual, tecnología o información.
- Cualidades Clave:
 - Expediente académico destacado.
 - Experiencias personales y profesionales diversas que enriquezcan la comunidad de aprendizaje.
 - Habilidad demostrada para tener éxito en los exigentes programas de UNH Franklin Pierce.

Soporte y Orientación

El equipo de admisiones de UNH Franklin Pierce está disponible para ayudar a los candidatos con cualquier pregunta sobre el proceso de solicitud. Se alienta a los interesados a comunicarse al correo admissions@law.unh.edu para recibir soporte personalizado.

Este proceso integral garantiza que los beneficiarios de las becas estén bien preparados para sobresalir en sus programas y contribuir significativamente al panorama global de la propiedad intelectual.



BENEDETTI

Experiencia y excelencia
en **Propiedad Intelectual**

www.estudiobenedetti.com

The logo for Espinosa Bellido Abogados, featuring a stylized 'EB' monogram.

Espinosa Bellido

ABOGADOS

83 AÑOS PROTEGIENDO
LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL PERÚ.

espinosabellido.com

PREMIACIÓN CONCURSO MEJORES DISEÑOS INDUSTRIALES 2024

El Comité de Diseños Industriales y Trade Dress de **ASIPI** celebró la tercera edición del concurso “Los Mejores Diseños Industriales”, reafirmando su compromiso con la promoción de la protección de los diseños como un pilar de la propiedad intelectual. En esta ocasión, participaron estudiantes y titulares de derechos de Panamá, Colombia, Guatemala, México, Ecuador, Brasil, Perú y Paraguay,

alcanzando un récord de más de 40 postulaciones. Los diseños fueron evaluados por un destacado panel de jurados, y los galardonados fueron: Corporación COTECMAR de Colombia, con su diseño “Buque de Apoyo Logístico y Cabotaje”, en primer lugar; Nuno Acosta de Ecuador, con “Twins - Thirdlings Collection”, en segundo lugar; y Gustavo Adolfo de Colombia, con “Mulita Arriera”, en tercer lugar.





CÓCTEL
DE LOS ESTUDIOS EN MUSEO DE LA BIODIVERSIDAD





TRIVIA SOBRE ASIPI

1. ¿En qué año se fundó **ASIPI**?

- a** 1960 **b** 1964 **c** 1966

2. ¿Cuál fue el primer país donde se llevó a cabo el Congreso inaugural de **ASIPI**?

- a** Colombia **b** México **c** Perú

3. ¿Qué tema se discutió en el III Congreso de **ASIPI** en 1971?

- a** Propiedad Industrial y acceso a la tecnología
- b** Integración Económica y Propiedad Industrial
- c** Innovación tecnológica

4. ¿Qué derecho se reconoce sobre las marcas de productos o servicios según las recomendaciones del III Congreso?

- a** Derecho a la publicidad
- b** Derecho de propiedad para distinguir productos o servicios
- c** Derecho a la promoción

5. ¿Cuántos miembros tenía **ASIPI** en sus primeros años?

- a** 115 **b** 268 **c** 527

Las respuestas las encontrará en la página 50 de este boletín

6. ¿Qué organismo se creó como resultado de las discusiones sobre la revisión del Convenio de París?

- a** Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)
- b** Organización de Estados Americanos (OEA)
- c** Unión Internacional de Abogados

7. ¿Cuál fue uno de los objetivos centrales de **ASIPI** desde su fundación?

- a** Intentar cambiar las leyes vigentes en materia de propiedad intelectual en la región
- b** Crear una agrupación donde pudieran actualizar, profundizar y compartir sus conocimientos en materia de propiedad industrial.
- c** Asesorar a empresas regionales basándose en leyes de propiedad intelectual vigentes

8. ¿En qué congreso se celebró el 50º aniversario de **ASIPI**?

- a** Congreso en Ciudad de México
- b** Congreso en Lima
- c** Congreso en Buenos Aires

9. ¿Qué país fue sede del II Congreso de **ASIPI** en 1968?

- a** Perú
- b** Argentina
- c** Venezuela

10. ¿Cuál fue el primer país fuera de Latinoamérica donde se llevó a cabo un congreso de **ASIPI**?

- a** Estados Unidos
- b** España
- c** Canadá

Las respuestas las encontrará en la página 50 de este boletín

ENTREVISTA



Hugo T. Berkemeyer
Expresidente de **ASIFI** (2003 / 2006)

¿Cuál consideras que fue el logro más significativo durante tu presidencia en **ASIFI**?

El logro más significativo de mi presidencia fue la institucionalización de la Asociación. Esto se logró gracias a un cambio generacional en la Comisión Directiva, que trajo nuevas perspectivas y un aumento del número de asociados. Además, se incorporaron los Estatutos de **ASIFI** en Panamá, formalizando su estructura y funcionamiento. Se fortaleció la participación de los miembros a través de los comités y se optimizó la estructura interna. La apertura de una cuenta corriente a nombre de **ASIFI** brindó autonomía financiera y una gestión más eficiente, resultando en un superávit al final de mi mandato. Finalmente, se priorizó el carácter académico de las jornadas y congresos para beneficio de los asociados.

¿Qué desafíos enfrentaste al dirigir la asociación y cómo los superaste?

Como en cualquier asociación, el mayor desafío al dirigir **ASIFI** fue lograr una mayor participación de los socios en cada una de las actividades organizadas por la asociación. **ASIFI** es un organismo noble que vela por los intereses de sus miembros, y el desafío principal radica en canalizar ese interés individual hacia el beneficio colectivo. Para

lograrlo, nos enfocamos en promover una comunicación transparente y constante, organizar actividades atractivas y relevantes, reconocer y valorar las contribuciones individuales, y fomentar un ambiente de colaboración y trabajo en equipo.

¿Cómo percibes la evolución de **ASIFI** desde su fundación hasta la actualidad?

ASIFI ha tenido una evolución muy positiva. Desde su fundación, se ha trabajado para lograr consolidarla como una institución sólida y referente en Propiedad Intelectual en la región. Un aspecto clave en esta evolución es la imposibilidad de reelección del presidente, establecida en el estatuto de **ASIFI**, que garantiza la rotación de autoridades y la oxigenación de ideas. Hoy, **ASIFI** se encuentra muy bien encaminada, con una estructura sólida, activa, y con un claro compromiso con la promoción y protección de la Propiedad Intelectual en América Latina.

¿Qué consejo le darías a las futuras generaciones de líderes de **ASIFI**?

Seguir el camino trazado por los fundadores, quienes han dejado un legado invaluable. Es fundamental aprender de sus experiencias y mantener vivos los principios que han guiado a la Asociación. Deben mirar al futuro con optimismo, afrontar los desafíos con una visión positiva y proactiva, y buscar siempre nuevas formas de promover y proteger la creatividad y la innovación. Finalmente, es crucial mantener en alto los valores de **ASIFI**: la integridad, la colaboración y el compromiso con la excelencia.

¿Cuál es tu visión sobre el futuro de la propiedad intelectual en América Latina y el rol de **ASIFI** en ese contexto?

La Propiedad Intelectual en América Latina está en constante evolución, con avances y desafíos. **ASIFI** juega un rol fundamental como plataforma de diálogo, colaboración e intercambio de conocimientos. Es crucial que **ASIFI** continúe promoviendo la armonización de las legislaciones en la región y la capacitación de profesionales, que impulse la innovación y el desarrollo tecnológico, y fortalezca la cooperación con organismos internacionales. **ASIFI**, como pionera en la región, tiene la responsabilidad de liderar el camino hacia un futuro donde la Propiedad Intelectual sea un motor de desarrollo en América Latina.

ENTREVISTA



Martín Michaus Romero
 Expresidente de **ASIFI** (2006 / 2009)

¿Cuál consideras que fue el logro más significativo durante tu presidencia en **ASIFI**?

Entre otros logros, durante el período de mi presidencia (2006-2009), se podrían destacar los siguientes:

- A.** En el Congreso de Rio de Janeiro, del 2006, se aprobó el cambio de nombre de la Asociación, de "Asociación Interamericana de Propiedad Industrial", a "Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual" y se amplió el marco de acción de la asociación de tal forma que el análisis del derecho de autor y los derechos conexos quedarán incluidos dentro de su objeto.
- B.** Se reformaron los Estatutos y se creó un "Comité de Ética" encargado de redactar el "Código de Ética" de la asociación y se establecieron los principios para la conformación de un "Tribunal de Honor y Justicia" de la Asociación.
- C.** Si bien en periodos anteriores, el Comité Ejecutivo había contado con la participación, de dos mujeres, la Dra Irene de Sola, Miembro de Honor y Dennise Garnier (QEPD), en este periodo se creó en **ASIFI** el primer "Comité de Mujeres" y se contó con la participación de dos prestigias abogadas, en el Comité Ejecutivo, que años después una de ellas, María del Pilar Troncoso

sería la primera presidente de **ASIFI**, e Iliana Martinelli designada Miembro de Honor

- D.** Se consolidó el esquema de organizar dos reuniones al año, -se continuó con el mejoramiento de los programas académicos, invitando a expositores, de distintas partes del mundo, sin dejar de atender los temas propios y de preocupación de los miembros de la asociación, como la adhesión a ciertos Tratados Internacionales
- E.** Se fortaleció la cooperación con OMPI, lo que tuvo por resultado la asistencia y participación, en el congreso del 2009, en la ciudad de Lima Perú del Sr Francis Garry director general del Organismo, en aquel entonces, dejando un importante testimonio, del rol que tiene **ASIFI** a nivel mundial y la importancia de la cooperación conjunta.
- F.** Se mantuvieron, los programas de becas con Universidades Norteamericanas tales como Franklin Pierce Law Center, y John Marshall-Law School.

¿Qué desafíos enfrentaste al dirigir la asociación y cómo los superaste?

Se presentaron distintos desafíos al interior y al exterior de la asociación.

Ambito Interno:

- A.** Se sentaron las bases, para la implementación de las "Mejores Prácticas" en la "Tesorería", como se llevaba y lleva a cabo en múltiples asociaciones internacionales, y que desde hace algunos años sucede en la asociación, con amplia transparencia.
- B.** Se buscó que hubiere una participación más activa de los delegados, por lo que entre los miembros del Comité Ejecutivo se designaron, coordinadores por regiones y se les solicitó a los delegados y delegadas reportes de novedades, especialmente legislativas, de sus países que se integraban a la carpeta. dándoles un espacio, para que presentaran en la Asamblea, lo más relevante de su reporte o expresaran algún tema de preocupación en sus países, a los que **ASIFI**, debía estar atenta y proporcionar apoyo o asistencia.
- C.** Se contó con un sólido apoyo de la Secretaría, para la modernización tecnológica de la asociación. y de la Vicepresidencia, para la revitalización de la Revista "Derechos Intelectuales", e impulsar mediante talleres, los Medios Alternativos de Solución de Controversias.

Ámbito Externo:

- A. Como estrategia, se planteó que **ASIPI**, tuviera mayor presencia e influencia en Latinoamérica por lo que se firmaron diversos convenios de cooperación con asociaciones nacionales de Propiedad Intelectual y se estrecharon acercamientos con las oficinas de Propiedad Intelectual, Tribunales y Cortes en los distintos países.
- B. Preservando los orígenes e identidad de **ASIPI**, se impulsó una mayor presencia de la asociación, más allá de la región latinoamericana, tomando en cuenta que comprende todo el Continente Americano, por lo que se incrementó la interacción con asociaciones profesionales hermanas., de distintas partes del mundo. Sus presidentes asistieron a las Jornadas de Trabajo y Consejo de Administración en ese periodo y **ASIPI**, fue a su vez invitada a sus Congresos y reuniones.

¿Cómo percibes la evolución **ASIPI** desde su fundación hasta la actualidad?

A través de sesenta años, **ASIPI** ha transitado por un complejo y sólido proceso de institucionalización, sustentado en la ilusión de sus fundadores, que, en el año de 1964 con una aguda visión y peculiar perseverancia, iniciaron los trabajos para su creación. Formularon una ambiciosa agenda de Propiedad Industrial. que obedecía a circunstancias geopolíticas muy particulares en esa época en Latinoamérica y en el resto del mundo, en que en el ámbito multilateral se negociaban diversos tratados internacionales especializados en la materia. Esa agenda se amplió posteriormente al ámbito de la Propiedad Intelectual y con ello la asociación incursionó con mayor profundidad al ámbito de los derechos de autor y derechos conexos, lo que le dio un mayor espectro y ámbito de influencia

Los acelerados procesos de innovación tecnológica, que se han venido sofisticando en los últimos treinta años, así como la interculturalidad, han desafiado los principios de la propiedad intelectual, entendiéndose ésta a la propiedad industrial y en los derechos de autor. Desarrollos tales como el software, internet, biotecnología, robótica, nanotecnología, telecomunicaciones, impresoras 3D, el entorno digital, videojuegos, pandemias, patrimonio cultural etc han sido desde el ámbito científico, técnico,

social y jurídico, el sustento de las diferentes profesiones, que integran la membresía . Esto sumado a la participación de las mujeres y la apertura a la diversidad, inclusión y sustentabilidad, son la razón de la existencia y de la fructífera evolución de la asociación, por lo que se ha constituido como un” referente de la Propiedad Intelectual en las Américas”.

¿Qué consejo le darías a las futuras generaciones de líderes de **ASIPI**?

Para poder esbozar, un posible consejo o recomendación a las futuras generaciones líderes de **ASIPI**, es menester hacer un breve recorrido histórico, que lo sustente.

Supé de la existencia de **ASIPI**, a principios de los años ochenta en el curso de Propiedad Intelectual, que impartía el Doctor David Rangel Medina, en la Universidad Iberoamericana, en la Ciudad de México.

El Dr Rangel (QEPD) fue por parte de México uno de los fundadores de **ASIPI**, me invitó a trabajar con él, en el área de Propiedad Intelectual, mostrandome el camino de la profesión e introdujo en el universo de los “Derechos Intelectuales”, por lo que le estoy agradecido. Tanto en clase, como en el estudio hacía referencia frecuentemente con especial entusiasmo y pasión, a los temas que se discutían en las Jornadas de Trabajo, sus conferencias, los intercambios de opinión con otros expertos de distintos países, también fundadores de **ASIPI**, las reuniones con Arpad Bosch, Director General de OMPI , que apoyó y celebró la creación de **ASIPI**, pero no fue sino hasta 1994, en que por impulso del Lic Mariano Soni, (QEPD) también fundador y Ex Presidente de **ASIPI**, que participé como expositor en las Jornadas de Trabajo, llevadas a cabo en la ciudad de Oaxaca, en México, lo que marcó desde entonces mi participación activa en distintos Comités , en el Comité Ejecutivo de **ASIPI** y algunas Comisiones.

Ellos y otros fundadores más, como Peter Siemsen y Eduardo Mayora y Ex Presidentes, como Sergio Amenabar y Alberto Berton, que con sus consejos, pero especialmente con sus acciones me hicieron ver la trascendencia de **ASIPI** ante la comunidad internacional, así como la madurez , prudencia , preparación y dedicación que se requiere para asumir cargos de liderazgo , precedida de la ética y compromiso en el ejercicio profesional, en cada uno de nuestros países.

¿Visión sobre el futuro de la Propiedad Intelectual en América Latina y el rol de ASIPI en ese contexto.

Si bien debe atenderse una visión de futuro de la propiedad intelectual en América latina, es conveniente no perder de vista el contexto mundial en el que se desarrolla. Se está transitando de un sistema primordialmente registral, a un desarrollo y rentabilidad del conocimiento. Sin embargo, no está exenta de nuevos desafíos como el cambio climático, agroalimentación, tecnologías verdes, salud pública, inteligencia artificial, el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas en los nuevos tratados, entre otras consideraciones que en épocas anteriores no se les daba relevancia.

Por otra parte, diversas profesiones han experimentado o experimentarán, serias transformaciones lo que hace necesario una mayor preparación, especialización, así como mejores y más eficientes esquemas de comunicación. Algunos expertos señalan, que América latina fue, la región del continente que más creció en el mundo en la primera mitad del siglo XX (1900-1950). Son las cifras más altas,

previo a la fundación de **ASIPI**, pero en la segunda mitad del siglo XX, la región se quedó atrás en términos de tasa de crecimiento económico real, y alcanzó al siglo XXI. Ante ello, surge el cuestionamiento, ¿Qué debe ser América Latina y el Caribe, ante las Trampas del Desarrollo?, en que, de acuerdo con la CEPAL, para superarlas, se impulsan políticas de desarrollo productivo ante transformaciones tecnológicas, que buscan la transformación productiva para lograr un crecimiento más alto y sostenido, reducir la desigualdad y promover la inclusión, la movilidad social e impulsar la sostenibilidad y combatir el cambio climático. En todas ellas, la innovación y la creatividad seguirán siendo piezas clave.

Incuestionablemente, **ASIPI** que se perfila como una asociación centenaria, enfrenta grandes retos y responsabilidades ante el panorama de la Propiedad Intelectual que se avecina en Latinoamérica, así como en el contexto mundial.

Martin Michaus.
Noviembre 5, 2024.



 北京聿宏知识产权代理有限公司
YUHONG YUHONG Intellectual Property Law Firm

 KINGVIE LAWYERS 北京建威律师事务所  北京聿宏翻译有限公司
YUHONG IP Translation Co., Ltd.

Science and Law Empower Us

YUHONG was founded in 2010 by Mr. Dajian WU and a group of experienced IP attorneys and lawyers. Over time, YUHONG IP, YUHONG TRANSLATION, and KINGVIE LAWYERS are set up and have been running seamlessly as a cohesive law group serving global clients since 2020.

Beijing Tianjin
Chengdu Changsha Shenzhen

Houston

Read more about us at: www.yuhongip.com

LANZAMOS NUESTRA NUEVA PÁGINA WEB EN PANAMÁ 2024

En el marco de Panamá 2024, presentamos nuestra renovada página web, marcando el inicio de una nueva era digital para **ASIPI**. **Esta plataforma ha sido diseñada para ofrecer una experiencia más ágil, accesible y dinámica**, alineada con las necesidades de nuestros miembros y de la comunidad de la propiedad intelectual en América Latina.

Con un diseño completamente responsive, nuestra nueva web permite navegar cómodamente desde cualquier dispositivo, ya sea PC, tablet o celular. Entre sus principales innovaciones destacan:

- **Una página de inicio clara y concisa, con información actualizada sobre ASIPI y nuestras actividades.**
- **Secciones mejoradas donde podrás conocer**

nuestra historia y legado, la labor de nuestros comités y representantes, explorar las distintas iniciativas de nuestros programas.

- **Una biblioteca renovada que facilita el acceso a materiales clave para los profesionales de la propiedad intelectual.**
- **Una sección privada más intuitiva para nuestros asociados, optimizando su experiencia de uso.**

El lanzamiento estuvo acompañado de un video que recorrió las características de la plataforma, destacando su diseño innovador y tecnología avanzada. Con esta actualización, reafirmamos nuestro compromiso con la excelencia y la conexión digital en la región.

Descubra nuestra nueva web [AQUÍ](#) y sea parte de este cambio.



ASIPI ARTE MANOS SOLIDARIAS: ARTE QUE TRANSFORMA VIDAS

Durante nuestras Jornadas en Panamá estamos llevando a cabo la iniciativa **Arte Manos Solidarias**, una subasta silenciosa de obras de arte originales organizada por el Comité de Acción Social.

Para ver estas obras deben acercarse a la entrada del salón Starbay. Para ofertar pueden escanear los QR que están al lado del cuadro que le interese o a través de los siguientes links. Tienen tiempo hasta el 4 de diciembre.

Obra 1: <https://forms.gle/LZFyUH7CFoEdHgXo7>

Obra 2: <https://forms.gle/xcxarZsX1PLRNiCj8>

Obra 3: <https://forms.gle/oPeu2aw3W1BKxyZb7>

Obra 4: <https://forms.gle/g2SMAajYV9UD4cDA8>

Obra 5: <https://forms.gle/QaFFQc7c32s2oqRi9>

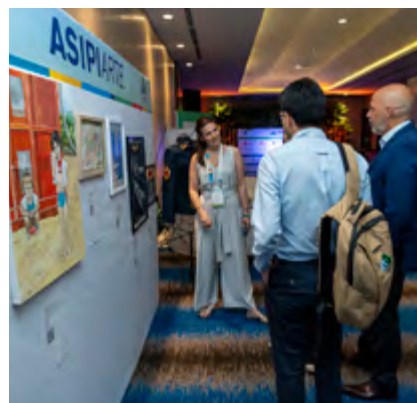
Obra 6: <https://forms.gle/rjycDsCPDdnyC6Qp6>

Obra 7: <https://forms.gle/bDu4Z9NbiQKgbxGe6>

COLABORACIÓN PRO-FONDOS

ASIPI lleva adelante una colecta de donaciones para la institución Fe y Alegría, movimiento internacional de educación popular y promoción social con el que se ha firmado un convenio en estas Jornadas.

Para donar y contribuir con las acciones solidarias de ASIPI, por favor oprima [AQUÍ](#) o escanee este código QR:



RESPUESTAS A LA TRIVIA SOBRE **ASIPI**

- 1. ¿En qué año se fundó ASIPI?**
 - a) 1960
 - b) 1964**
 - c) 1966
- 2. ¿Cuál fue el primer país donde se llevó a cabo el Congreso inaugural de ASIPI?**
 - a) Colombia
 - b) México**
 - c) Perú
- 3. ¿Qué tema se discutió en el III Congreso de ASIPI en 1971?**
 - a) Propiedad Industrial y acceso a la tecnología
 - b) Integración Económica y Propiedad Industrial**
 - c) Innovación tecnológica
- 4. ¿Qué derecho se reconoce sobre las marcas de productos o servicios según las recomendaciones del III Congreso?**
 - a) Derecho a la publicidad
 - b) Derecho de propiedad para distinguir productos o servicios**
 - c) Derecho a la promoción
- 5. ¿Cuántos miembros tenía ASIPI en sus primeros años?**
 - a) 115
 - b) 268**
 - c) 527
- 6. ¿Qué organismo se creó como resultado de las discusiones sobre la revisión del Convenio de París?**
 - a) Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**
 - b) Organización de Estados Americanos (OEA)
 - c) Unión Internacional de Abogados
- 7. ¿Cuál fue uno de los objetivos centrales de ASIPI desde su fundación?**
 - a) Intentar cambiar las leyes vigentes en materia de propiedad intelectual en la región
 - b) Crear una agrupación donde pudieran actualizar, profundizar y compartir sus conocimientos en materia de propiedad industrial.**
 - c) Asesorar a empresas regionales basándose en leyes de propiedad intelectual vigentes
- 8. ¿En qué congreso se celebró el 50º aniversario de ASIPI?**
 - a) Congreso en Ciudad de México**
 - b) Congreso en Lima
 - c) Congreso en Buenos Aires
- 9. ¿Qué país fue sede del II Congreso de ASIPI en 1968?**
 - a) Perú**
 - b) Argentina
 - c) Venezuela
- 10. ¿Cuál fue el primer país fuera de Latinoamérica donde se llevó a cabo un congreso de ASIPI?**
 - a) Estados Unidos
 - b) España
 - c) Canadá**



PATROCINADORES

PATROCINADORES INSTITUCIONALES



PATROCINADORES PLATINO



PATROCINADORES ORO



SOCIO ACADÉMICO



ENTIDAD DE APOYO

