



Comentarios
a la estrategia
de Propiedad Intelectual
de Costa Rica





© De la presente edición
*Asociación Interamericana
de la Propiedad Intelectual (ASIPI)*
International Trademark Association (INTA)

ISSN
En trámite

Coordinación
Luis Henríquez
Secretario General de la
Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual
(ASIPI)

José Luis Londoño
Jefe de la Oficina de Representación de la
International Trademark Association
(INTA) en América Latina y el Caribe

Diseño y composición
Saúl Álvarez Lara

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de la *Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual (ASIPI)* y la *International Trademark Association (INTA)*. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Junio 2020



Comentarios a la estrategia de Propiedad Intelectual de Costa Rica



Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual
Inter-American Association of Intellectual Property
Associação Interamericana da Propriedade Intelectual



ÍNDICE

Agradecimientos	6
Introducción	8
Justificación, antecedentes y metodología	8
Parte I	10
Posibles referentes internacionales para construcción de objetivos	10
1. Estudio ASIPI-INTA sobre contribución económica de las marcas en Costa Rica	10
a. Resultados generales de Latinoamérica	11
b. Resultados de Costa Rica	12
c. Comparación con Estados Unidos y Europa	16
d. Línea de base y posibles indicadores	17
2. Índice Global de Innovación	17
a. Línea de base y posibles indicadores	26
3. Índice Global de Competitividad	27
a. Línea de base y posibles indicadores	29
4. Estadísticas de la OMPI	30
a. Línea de base y recomendaciones	33
5. Referente en la construcción de Estrategia Nacional de PI	33
Parte II	37
Cuatro grandes frentes de la PI en Costa Rica	37
1. Comunicación / Divulgación	37
a. Situación Actual	37
b. Promoción de PI a las PYMES	37
i. <i>Sistema Banca para el Desarrollo (SBD)</i>	38
ii. <i>FODEMIPYME</i>	39
iii. <i>Fondo de Innovación: PROPYME</i>	40
iv. <i>Sello PYME C-neutral</i>	41
c. Referentes internacionales en Academias y programas de Fomento a la PI	41

ÍNDICE

d.	Casos de éxito, promoción de marcas nacionales	43
e.	Formación poder legislativo <i>TM Caucus</i>	44
f.	Recomendaciones	45
<hr/>		
2.	Protección / Observancia	47
a.	Situación actual	47
b.	Referentes internacionales en política e institucionalidad de observancia	49
c.	Recomendaciones	51
	<i>i) Propuesta de modelo de Centro de Coordinación de Observancia de Propiedad Intelectual</i>	51
	<i>ii) Unidades investigativas especializadas</i>	57
	<i>iii) Procesos civiles ágiles, flexibles y acordes con la dinámica de la PI</i>	59
<hr/>		
3.	Comercialización	60
a.	Situación actual	60
b.	Indicadores de base	61
c.	Recomendaciones	62
<hr/>		
4.	Marco legal	63
a.	Acceso / Registro	63
	<i>i. Trámite simplificado y automatizado</i>	63
	<i>ii. Incentivos administrativos /fiscales</i>	64
	<i>iii. Sostenibilidad financiera</i>	65
b.	Procedimientos	66
	<i>i. Extensiones o plazos</i>	66
	<i>ii. Decisiones por indicios en contra de la parte que no actúa (allanamientos)</i>	66
	<i>iii. Procesos sumarios en solicitudes repetidas</i>	68
	<i>iv. Mala fe</i>	69
	<i>v. Requisitos para cancelar marcas totales o específicos</i>	70
	<i>vi. Estandarización de procesos</i>	71
c.	Leyes y Guías Modelo	71
<hr/>		
5.	Índice de abreviaturas	72
<hr/>		
6.	Conclusiones Generales	73

Agradecimientos

ASIPI e INTA agradecen a sus miembros en Costa Rica y Latinoamérica por la contribución en el levantamiento de la información, la redacción, revisión y producción del presente documento. Así, deseamos agradecer a nuestros miembros en Costa Rica:

- Valeria Agüero
- Melissa Mora Martín
- Néstor Morera
- Alejandro Pacheco Saborio,
- Giselle Reuben
- Fabiola Saénz Quesada
- Jessica Ward Campos

También deseamos agradecer a los miembros del GAC Latinoamericano y del Caribe de INTA por su revisión y aportes al documento:

- Diana Arredondo
- Sergio Barragán
- Virginia Cervieri
- Juan Cichero
- Luis Alonso García
- Ignacia Leria
- Alicia Lloreda
- Nathalia Mazzonetto
- Graciela Pérez de Inzaurraga
- Margarita Romero
- María José Sánchez
- María del Pilar Troncoso



Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual
Inter-American Association of Intellectual Property
Associação Interamericana da Propriedade Intelectual



Introducción

Este es un documento elaborado por la *International Trademark Association* –INTA– y la *Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual* –ASIFI–. Contiene una serie de análisis y recomendaciones sobre asuntos, actividades e indicadores que estas dos asociaciones internacionales dedicadas a la propiedad intelectual consideran que deberían tenerse presentes por parte del Gobierno de Costa Rica para la construcción de su Estrategia Nacional de Propiedad Intelectual.

El mismo ha sido preparado con base en diferentes fuentes, modelos y referentes internacionales, así como estudios que han hecho las dos Asociaciones durante décadas, en otros países.

INTA y ASIFI agradecen especialmente al Gobierno de Costa Rica por su invitación a contribuir con este proyecto, así como al equipo de expertos que han aportado su conocimiento y experiencia en su construcción.

Justificación, antecedentes y metodología

A partir de la reunión sostenida el 26 y 27 de febrero de 2020 con las autoridades que conforman la Comisión de Enlace Interinstitucional para la Protección y Promoción de la Propiedad Intelectual –CIPPI– de Costa Rica, representantes de INTA y ASIFI advirtieron la necesidad de presentar ante esta entidad un informe escrito que reuniera, de manera integral, una serie de recomendaciones que, nacidas de su experiencia, podrían ser de utilidad para la construcción de la Estrategia Nacional de Propiedad Intelectual –ENPI– en Costa Rica.

No es la primera vez que este país se enfrenta al reto de construir una estrategia de este tipo. Hace casi 10 años creó la primera, uno de cuyos resultados positivos fue precisamente la creación de la CIPPI. El ENPI inicial es un trabajo bastante completo, que contiene una visión del sistema de Propiedad Intelectual en Costa Rica desde la perspectiva institucional pública. Precisamente por eso está orientada a la concreción

de una serie de recomendaciones de acciones, reformas y fortalecimientos institucionales públicos para dotar al país de las bases gubernamentales suficientes para incentivar el uso del sistema de PI por parte de los costarricenses.

Teniendo en cuenta esos antecedentes, las Asociaciones que apoyan este trabajo consideran pertinente que, antes de diseñar un nuevo Plan Estratégico, se revise si las acciones recomendadas en el pasado ENPI fueron seguidas y cuál fue el impacto de ellas. Así mismo, sugieren que a futuro se precisen de manera muy específica los objetivos que se persiguen con la estrategia, para que se puedan medir los resultados y verificar el cumplimiento de las políticas trazadas.

ASIFI e INTA pudieron advertir que la estrategia que se está construyendo actualmente en Costa Rica contiene una serie de objetivos demasiado amplios, con verbos rectores indeterminados o ambiguos que: i) no permiten la individualización de las entidades responsables o líderes encargadas de lograrlos; ii) no contienen líneas de base ni referentes a los cuales se desee llegar; iii) no introducen los correspondientes programas o estrategias para acortar la distancia entre la línea de base y el referente; y iv) no expresan la finalidad de la estrategia en el sentido de su integración con alguna de las políticas económicas del país (innovación, incremento de las exportaciones o la que escojan sus respectivos creadores).

En este documento se presentan una serie de indicadores mundiales cercanos al ecosistema de Propiedad Intelectual que se utilizan en el índice Global de Innovación y de Competitividad, los cuales combinados con las estadísticas de la situación del uso del sistema de PI en Costa Rica tomadas de la OMPI, pueden servir de referente para que la CIPPI fije unos objetivos claros y concretos, denominados "líneas de base o partida", que le permitan medir el progreso de la nueva estrategia.

En todo caso tenemos claro que estas bases pueden servir para dar direccionamiento pero no son una camisa de fuerza, pues con la velocidad con que cambian las tecnologías de la información y el conocimiento actualmente, se hace necesaria la construcción de una estrategia nacional que permita su constante revisión, de suerte que se puedan hacer los ajustes a que haya lugar en el camino, sin necesidad de esperar un década para su revisión.

Al final, en este estudio se presentan varios análisis y recomendaciones aplicables en cuatro grandes frentes de la PI en Costa Rica: 1. El relacionado con la promoción y divulgación de la PI y su valor en la sociedad. 2. El sistema de observancia de los derechos de propiedad intelectual. 3. El sistema o ambiente para la comercialización de la PI y 4. Los modelos de leyes que han construido las asociaciones por muchos años, y que podrían servir de referencia para revisar la legislación de cada uno de los países interesados.

Parte I

Posibles referentes internacionales para construcción de objetivos

1. Estudio ASIPI–INTA sobre contribución económica de las marcas en Costa Rica

En el año 2016, la *Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual* –ASIPI– y la *International Trademark Association* –INTA– colaboraron con éxito en la elaboración de un estudio sobre el impacto económico de las actividades intensivas en marcas en Chile, Colombia, Perú, Panamá, y México.

Ese estudio fue el primero de este tipo para la región y mostró que las industrias intensivas en marcas tienen un espacio destacado en las economías de cada uno de los países, contribuyendo firmemente a su desarrollo socio–económico. Ambas asociaciones entendieron que, a partir de ese primer paso, había posibilidades de seguir trabajando en la región incluyendo a otros países con datos similares.

En 2018, las mismas asociaciones, ASIPI e INTA, decidieron actualizar los resultados de los países incluidos en el primer estudio y, a la vez, extender el análisis a cinco nuevos países: Argentina, Brasil, Costa Rica, Guatemala y República Dominicana.

El objetivo central del estudio fue evaluar el impacto económico de las actividades intensivas en marcas en diez países de América Latina y el Caribe: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá, Perú y República Dominicana.

El principal interrogante que se buscaba responder era el siguiente: ¿Cuáles es la incidencia de las actividades intensivas en marcas sobre el empleo, las remuneraciones, la actividad económica y las exportaciones e importaciones de los países seleccionados?

Para el estudio se contrató a una empresa de estudios económicos independiente llamada FIEL –Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericana–, quien encontró que en todos los países estudiados las actividades intensivas en marcas tienen una participación significativa mayor en términos de empleo, actividad económica y comercio exterior, que las que no son intensivas en ese activo intangible.

Además, el estudio demostró que quienes laboran en las actividades intensivas en marcas obtienen salarios mayores que los que trabajan en otras actividades, lo que sugiere un mayor nivel de productividad de las empresas que usan marcas para identificar a sus productos y servicios.

Por último, el estudio encontró que el grado y alcance de la contribución de estas actividades intensivas en marcas en las economías de los países de América Latina y el Caribe seleccionados se encuentra en línea con el impacto documentado para los casos de los Estados Unidos y la Unión Europea, teniendo en cuenta las diferencias de desarrollo entre estos grupos de países.

Para llevar a cabo el estudio se reunieron datos estadísticos sobre registro de marcas de las respectivas Oficinas de Propiedad Intelectual de los países bajo análisis y de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). Los datos económicos provienen de las oficinas de estadística de cada país y de fuentes internacionales.

El análisis requirió, como primer paso, la identificación de las actividades económicas intensivas en el uso de las marcas. La intensidad se definió según dos indicadores: registro de marcas por unidad de empleo en cada actividad y registro de marcas por unidad de ventas.

... La intensidad se definió según dos indicadores: registro de marcas por unidad de empleo en cada actividad y registro de marcas por unidad de ventas...

Se consideraron intensivas en marcas las actividades económicas cuyos indicadores resultaron más altos que los correspondientes al promedio de la economía. Los resultados se presentan agrupando a las actividades intensivas y no intensivas según la Clasificación NIZA. Una vez identificadas las actividades intensivas en marcas se procedió a dimensionar su importancia en el empleo, Producto Bruto Interno (Producto o PBI), el comercio internacional de cada país y el diferencial salarial.

a. Resultados generales de Latinoamérica

Las Clases NIZA de productos y servicios consideradas como intensivas en marcas, tienen una participación en el empleo de un 18% en promedio, teniendo en cuenta las participaciones de los países bajo análisis, y varía entre el 3% y el 36% del empleo total, según el país considerado.

La participación en el Producto Interno Bruto es del 22%, en promedio de las participaciones de los países analizados, y se encuentra en un rango entre el 10% y el 42%.

Estos porcentajes equivalen a 35 millones de empleos y a US \$1487 de Valor Agregado por persona y por año para el conjunto de estos países.

La contribución de los sectores intensivos en marcas al comercio internacional es del 31% para las exportaciones y del 34% para las importaciones (promedio de las

participaciones de los países bajo análisis) con participaciones muy variables según el país.

Para el conjunto de los diez países estudiados, cada US \$100 exportados, US \$17,8 corresponden a productos intensivos en marcas. Análogamente, cada US \$100 importados, US\$ 28,7 son productos intensivos en marcas.

En seis de los diez países bajo estudio, particularmente los de América del Sur, la incidencia en las exportaciones es menor que la incidencia de las importaciones por la diferencia en los patrones comerciados. En efecto, los países de América del Sur exportan, en una alta proporción, bienes derivados de recursos naturales que se venden a granel (petróleo, minería y productos agropecuarios) e importan bienes manufacturados que utilizan las marcas para su identificación en los mercados con mucha mayor frecuencia. En los países de América Central y el Caribe, con mayor inserción internacional y zonas francas muy activas, la incidencia de las actividades intensivas en marcas es significativamente más alta en el comercio internacional.

El análisis de las remuneraciones relativas entre sectores intensivos y el promedio de la economía muestra que los salarios de los sectores intensivos son más altos.

El premio salarial entre sectores intensivos y no intensivos es positivo y es del 19% en promedio para el conjunto de los países bajo estudio, variando entre el 5% y el 57%, según el país.

b. Resultados de Costa Rica

Cuadro Costa Rica - 1

Tamaño de los sectores económicos asociados a las clases intensivas en marcas seleccionadas sobre el total de sectores intensivos en marcas- Marcas promedio 2013

Clase Niza	Empleo Total (en % del total seleccionado)	Valor Agregado (en % del total seleccionado)	Exportaciones de Bienes (en % del total seleccionado)	Importaciones de Bienes (en % del total seleccionado)
1	4,0%	6,9%	2,3%	9,5%
3	2,6%	2,3%	1,0%	3,8%
5	4,3%	4,3%	6,7%	10,7%
9	6,5%	4,2%	12,7%	18,9%
10	1,8%	5,7%	48,4%	4,4%
11	2,0%	1,8%	3,2%	2,6%
12	1,4%	2,9%	1,0%	18,9%
14	1,0%	0,7%	2,0%	3,6%
16	2,6%	3,8%	2,1%	8,9%
18	1,3%	2,0%	0,1%	0,6%
19	1,5%	2,6%	1,1%	1,3%
20	2,8%	1,8%	1,7%	2,6%
25	11,1%	5,4%	1,2%	5,7%
28	1,2%	0,9%	0,6%	2,1%
30	7,6%	24,8%	14,8%	5,7%
32	3,8%	4,7%	0,8%	0,7%
35	9,2%	3,8%	(-)	(-)
36	4,7%	14,0%	(-)	(-)
38	1,9%	0,9%	(-)	(-)
41	8,2%	3,6%	(-)	(-)
42	19,4%	2,8%	(-)	(-)
Total	100%	100%	100%	100%

ntre: UMPI. Valor Agregado y Empleo del Cuadro de Oferta y Utilización del año 2016 (CUU 2016), Banco Central de Costa Rica, Comercio Internacional Promedio 2015/2017. Fuente: TradeMap - I

Tabla Costa Rica - 2

Contribución al empleo y al Valor Agregado de los sectores económicos asociados a las clases intensivas en marcas seleccionadas- Marcas promedio 2013-2017

Contribución al empleo y al Valor Agregado	Participación del empleo de las clases intensivas en marcas sobre el empleo Total* (%)	Participación del Valor Agregado de las clases intensivas en marcas sobre el Valor Agregado Total* (%)
Bienes (16 sectores)	20%	32%
Servicios (5 sectores)	16%	11%
Bienes y servicios (21 sectores)	36%	42%

Fuente: OMPI, Valor Bruto de la Producción y Empleo del Cuadro de Oferta y Utilización del año 2016 (COU 2016), Banco Central de Costa Rica.

Nota: Los totales de empleo y Valor Agregado corresponden a actividades privadas.

b.2. Contribución al Comercio internacional

Tabla Costa Rica - 3

Contribución al comercio internacional de Costa Rica de los sectores económicos asociados a las clases intensivas en marcas seleccionadas- Marcas promedio 2013-2017

Contribución al comercio exterior	Participación de las exportaciones intensivas en marcas sobre las exportaciones totales (%)	Participación de las importaciones intensivas en marcas sobre las importaciones totales (%)
Bienes (16 sectores)	49%	50%

Fuente: OMPI, Comercio internacional Promedio 2013-2017. Fuente: TradeMap – ITC.

Tabla Costa Rica - 4

Comparación salarial entre las actividades intensivas y no intensivas en marcas

Remuneraciones	Remuneraciones anuales (en miles de Colonos) / Empleo
Bienes y Servicios (21 clases)	7.132
Sectores no intensivos en Marcas	4.539
Promedio total de actividades	6.310
Premio Salarial (salario sectores intensivos / no intensivos - en %)	57,1%

Los gráficos Costa Rica –1 a 4 muestran las Clases NIZA seleccionadas para los dos subconjuntos de Bienes y Servicios y sus respectivos indicadores de intensidad. En el gráfico Costa Rica–5 se sintetizan las clases según su criterio de elección y por último, en la Tabla Costa Rica–1 se listan los sectores seleccionados y su participación en la selección vinculada al empleo, Valor Agregado y generación de comercios internacional, para mostrar la importancia relativa de las actividades vinculadas a cada clase.

De las 21 clases seleccionadas, ocho coinciden con el total de las clases de solicitud más frecuente internacionalmente, según la información de OMPI (2017). Ellas son, en las categorías de Bienes:

3.	Cosméticos y productos de limpieza;
5.	Productos farmacéuticos y desinfectantes;
9.	Equipos científicos, digitales y <i>software</i> ;
25.	Indumentaria,
30.	Café, té, cacao y preparados de cereales.
Y entre los Servicios:	
35.	Publicidad, servicios de gestión comercial y empresarial;
41.	Servicios educativos, de entretenimiento, deportivos y culturales y
42.	Servicios Científicos y Tecnológicos.

En el caso de Costa Rica, la importancia de los sectores seleccionados está bastante distribuida tanto en el empleo como en el Valor Agregado, destacándose para el caso del empleo las clases 42 (Servicios científicos y tecnológicos) y 25 (Indumentaria), y para el caso del Valor Agregado las clases 30 (Café, té, cacao y preparados de cereales) y 36 (Servicios financieros, de seguros e inmobiliarios). En el caso del comercio exterior sobresalen las exportaciones de la clase 10 (Equipos quirúrgicos) y las importaciones de 9 (Equipos científicos, digitales y *software*) y 12 (Vehículos).

... en los últimos 25 años Costa Rica se convirtió en una economía competitiva abierta al comercio internacional y con una estrategia de desarrollo sustentable [...] Por otro lado, el sector Servicios ocupa un 82% de su economía, destacándose el sector de turismo y el de servicios tecnológicos...

Contribución al empleo y al Valor Agregado

Las actividades económicas intensivas en marcas asociadas a las correspondientes Clases NIZA tienen una participación del 36% en el empleo y del 42% en el Valor Agregado/ Producto (ver Tabla Costa Rica-2). Tanto en el caso del empleo como en el del Valor Agregado, las actividades de Bienes intensivos en marcas tienen una mayor participación que las actividades de Servicios intensivos en marcas.

Esta elevada participación de los sectores intensivos en marcas en la actividad económica de Costa Rica se vincula con el éxito de esta economía a lo largo de su historia. Luego de transitar un largo período en el que se dio prioridad a la inversión social (educación y salud), en los últimos 25 años Costa Rica se convirtió

en una economía competitiva abierta al comercio internacional y con una estrategia de desarrollo sustentable. Por un lado, la participación de las exportaciones e importaciones de este país sobre su PIB alcanza al 66%, superando el promedio del 58% del mundo (datos Banco Mundial, 2017). Por otro lado, el sector Servicios ocupa un 82% de su economía, destacándose el sector de turismo y el de servicios tecnológicos.

Contribución al Comercio internacional

En el caso de las exportaciones caben las mismas observaciones sobre la incidencia total que en el caso del empleo y el Valor Agregado. Debido a la exitosa inserción internacional de Costa Rica, al igual que ocurre con el caso de Panamá, la incidencia de los sectores que usan las marcas con mayor intensidad es comparativamente alta.

Impacto en los salarios

El análisis de las remuneraciones relativas entre sectores intensivos muestra una importante ventaja de los sectores intensivos en marcas debido a la incidencia de las altas remuneraciones relativas del sector de servicios. El premio salarial entre sectores intensivos y no intensivos es del 57,2%. Este resultado está particularmente influido por la inclusión de los servicios financieros, los servicios científicos y tecnológicos, los de atención de la salud y del sector de enseñanza (los salarios docentes en Costa Rica se ubican apenas por debajo de los vigentes en países más avanzados como Francia e Italia).

Síntesis de resultados

Costa Rica se destaca dentro del conjunto de países de ALC por su crecimiento sostenido durante los últimos 25 años. El éxito de su desarrollo la llevó a convertirse en un país de ingresos medios altos, con una economía abierta al resto del mundo y una estrategia de crecimiento sustentable. Sus logros ambientales le han permitido construir su Marca Verde.

Dentro de la muestra del estudio, Costa Rica es el cuarto país en términos del ingreso per cápita (USD 11677,3 anual en 2017 según el Banco Mundial), luego de Chile, Panamá y la Argentina. Si bien se trata de una economía pequeña en términos del tamaño de su población y territorio, ocupa el puesto 58 del *ranking* internacional de solicitud de marcas de 2017 (datos OMPI 2017), sobre un total de 129 países. La selección de sectores intensivos en marcas incluyó un conjunto amplio de sectores manufactureros entre los cuales se encuentran la elaboración de alimentos a partir

de producciones subtropicales (las manufacturas son el 12,6% del producto total privado) y un significativo número de servicios (en Costa Rica los Servicios, incluido el Gobierno, representan el 82% del Producto Bruto Interno, donde destacan los servicios de enseñanza y salud y los servicios profesionales, científicos y tecnológicos con 28,2% del PIB total).

La contribución de los sectores intensivos en marcas a la economía de Costa Rica es mayor que la observada para otros países de la muestra y que la participación de los países de mayor desarrollo relativo tomados como referencia (Estados Unidos y la Unión Europea). Esto se debe a su condición de economía pequeña con elevada inserción internacional.

c. Comparación con Estados Unidos y Europa

Por último, se efectuó una comparación internacional con los estudios disponibles para la Unión Europea y los Estados Unidos. En términos de participación en el empleo y en el Producto, se muestra que los resultados para los países latinoamericanos se encuentran en línea con esas experiencias con respecto a la incidencia de los impactos:

En el caso del empleo, la participación de las actividades intensivas en marcas en los Estados Unidos es del 15,5% y en la Unión Europea, del 21,2%, en promedio.

En el conjunto de países de América Latina y el Caribe bajo estudio, el promedio de los países se alinea con los datos anteriores.

En el caso de la incidencia de las actividades económicas intensivas en marcas en el Producto, los países de mayor desarrollo relativo tomados como referencia rondan una participación entorno del 35%. En los países latinoamericanos seleccionados, el promedio de las participaciones es un poco menor, del 22%.

Debido a las diferencias entre los patrones comerciales de los países latinoamericanos con los países de mayor desarrollo relativo, la incidencia de los sectores intensivos es menor en el comercio internacional de los latinoamericanos.

Con respecto a los premios salariales, el análisis comparativo mostró que éstos son mayores en la Unión Europea (48%) y en los Estados Unidos (38%), aunque los valores no son estrictamente comparables debido a la existencia de una importante participación del trabajo informal en la región latinoamericana (en 2018, 53% de los trabajadores de América Latina es considerado informal según datos de la Oficina Internacional del Trabajo). Dado que las estadísticas sobre remuneraciones no siempre reflejan una parte de los salarios más bajos de las economías de la región, una corrección por ese efecto, probablemente, aumentaría el premio salarial en nuestros países.

d. Línea de base y posibles indicadores

Teniendo en cuenta este estudio como insumo, una estrategia de propiedad industrial para Costa Rica podría estar dirigida a mejorar los indicadores expresados en el estudio, bien sea usando como referente los resultados de Europa, Estados Unidos o de los países de América Latina con indicadores superiores a los de nuestro país. A modo de ejemplo, sirve de base saber que en el país hay 21 sectores o clases de productos o servicios que corresponden a industrias intensivas en marcas.

Podría entonces plantearse una estrategia para aumentar el número de clases o para hacer crecer aún más las ya existentes.

Resulta fundamental analizar si existe alguna clase excluida y que corresponda a un sector estratégico para la política económica del país.

Es recomendable establecer mecanismos de facilitación y de fomento para PYMES en los sectores que ya son intensivos.

Es aconsejable revisar si existe alguna estrategia, y de no existir, establecer una para fortalecer los esquemas de observancia en los sectores que son intensivos en marcas.

Finalmente, resulta pertinente revisar si es o no posible aumentar los indicadores de empleo o prima salarial en los sectores intensivos en marcas.

2. Índice Global de Innovación

El Índice Mundial de Innovación clasifica los resultados de la innovación de unos 130 países y economías de distintas regiones del mundo, sobre la base de más de 80 indicadores.

El informe, publicado conjuntamente por la OMPI, la Universidad Cornell y el INSEAD, ofrece una clasificación anual de las capacidades y el desempeño de las economías de todo el mundo en el ámbito de la innovación.

Cada año el índice clasifica las economías de 130 países del mundo en función de su capacidad innovadora.

En el más reciente estudio de 2019, Chile, Costa Rica y México ocuparon los mejores lugares en representación de la región Latinoamericana.

En 2019 los siguientes fueron los países que ocuparon los 10 primeros lugares en el *ranking*:

Suiza, Reino Unido, Suecia, Países Bajos, Estados Unidos, Finlandia, Singapur, Irlanda, Luxemburgo, Dinamarca, Alemania e Israel.

El Reporte destaca la presencia de Israel por primera vez en este *ranking*.

En este estudio hemos escogido el análisis que hace el reporte de Suiza, como economía número 1, Reino Unido, Singapur e Israel, como referentes, con base en dos criterios específicos:

1. Su tamaño poblacional.
2. El caso de Singapur e Israel.

En el primero por ser un país referente del surgimiento y paso de economía en desarrollo a economía desarrollada y el segundo, para entender las razones que lo llevaron a saltar al top 10.

Así, el índice arroja los resultados a partir del estudio de 7 pilares, a saber: instituciones, capital humano (investigadores), infraestructura, sofisticación de mercado, sofisticación de negocios, producción de conocimiento y tecnología, producción de creatividad.

Dentro de estos pilares, hemos escogido aquellos más cercanos a la Propiedad Intelectual a saber:

Instituciones¹

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Instituciones	89	87.1	94.9	77.9	61.9
Facilidad de iniciar un negocio	88.4	94.6	98.2	92.4	79.9
Observancia de la ley	97.4	90.8	94.6	73.4	58.4
Estabilidad política	94.7	78.9	100	75.4	70.2

1. "Political and operational stability Political, legal, operational or security risk index*ab | 2018 Index that measures the likelihood and severity of political, legal, operational or security risks impacting business operations. Scores are annualized and standardized. Source: IHS Markit, Country Risk Scores, aggregated for end Q1, Q2, Q3, and Q4 2018. (<https://ihsmarkit.com/industry/economics-country-risk.html>)
 "Rule of law Rule of law index*a | 2017 Index that reflects perceptions of the extent to which agents have confidence in and abide by the rules of society, and in particular the quality of contract enforcement, property rights, the police, and the courts, as well as the likelihood of crime and violence. Scores are standardized. Source: World Bank, Worldwide Governance Indicators, 2018 update. (<http://info.worldbank.org/governance/wgi/#home>)."
 "Ease of starting a business Ease of starting a business (score)* | 2018 The ranking of economies on the ease of starting a business is determined by sorting their scores. These scores are the simple average of the scores for each of the component indicators. The World Banks Doing Business records all procedures officially required, or commonly done in practice, for an entrepreneur to start up and formally operate an industrial or commercial business, as well as the time and cost to complete these procedures and the paid-in minimum capital requirement. These procedures include obtaining all necessary licenses and permits and completing any required notifications, verifications, or inscriptions for the company and employees with relevant authorities. Data are collected from limited liability companies based in the largest business cities. For 11 economies, namely Bangladesh, Brazil, China, India, Indonesia, Japan, Mexico, Nigeria, Pakistan, the Russian Federation,

Educación (terciaria)²

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Educación terciaria	49.2	52.4	77.1	29.7	19.6
Graduados en ciencia e ingeniería	24.5	26.3	34.5	n/a	14.4
I+D	77.9	67.8	61.6	78.2	8.3
Gasto en I+D % PIB	3.4	1.7	2.2	4.6	0.5
Globalización empresarial	92.6	86.8	48.8	70.0	0.0

Infraestructura³

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Infraestructura	68.2	64.4	65.4	56.1	47.0
Servicios Administrativos en línea	84.7	97.9	98.6	82.6	67.4

and the United States, the data are also collected for the second-largest business city. Source: World Bank, Doing Business 2019: Training for Reform, 2019. (<http://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2019>)."

2. Tertiary education 2.2.1 Tertiary enrolment School enrolment, tertiary (% gross)a | 2017 The ratio of total tertiary enrolment, regardless of age, to the population of the age group that officially corresponds to the tertiary level of education. Tertiary education, whether or not at an advanced research qualification, normally requires, as a minimum condition of admission, the successful completion of education at the secondary level. The school enrolment ratio can exceed 100% as a result of grade repetition and the inclusion of over-aged and under-aged students because of early or late entrants

Graduates in science and engineering Tertiary graduates in science, engineering, manufacturing, and construction (% of total tertiary graduates) | 2016 The share of all tertiary-level graduates in natural sciences, mathematics, statistics, information and technology, manufacturing, engineering, and construction as a percentage of all tertiary-level graduates. Source: UNESCO Institute for Statistics, UIS online database (2010–18). (<http://data.uis.unesco.org>).

Gross expenditure on R&D (GERD) Gross expenditure on R&D (% of GDP) | 2017 Total domestic intramural expenditure on R&D during a given period as a percentage of GDP. "Intramural R&D expenditure" is all expenditure for R&D performed within a statistical unit or sector of the economy during a specific period, whatever the source of funds. Special tabulation based on UNESCO, Eurostat, and OECD data. Albania and Zambia use data for 2008 Source: UNESCO Institute for Statistics, UIS online database; Eurostat, Eurostat data base, 2019; OECD, Main Science and Technology Indicators MSTI database, 2019 (2008–17). (<http://data.uis.unesco.org>; <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>; https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MSTI_PUB).

"Global R&D companies, average expenditure, top 3 Average expenditure of the top 3 global companies by R&D, mn US\$* | 2018 Average expenditure on R&D of the top three global companies. If a country has fewer than three global companies listed, the figure is either the average of the sum of the two companies listed or the total for a single listed company. A score of 0 is given to countries with no listed companies. Source: EU JRC Industrial R&D Investment Scoreboard 2018. (<http://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard18.html>)."
3. "Government's online service Government's online service index* | 2018 The Online Services Index component of the E-Government Development Index is a composite indicator measuring the use of ICTs by govern-

Sofisticación de mercado⁴

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Sofisticación de mercado	68.4	76.0	73.6	61.4	44.2
Facilidad de acceso a crédito	60	75.0	75.0	65.0	85.0
Crédito a sector privado % PIB	175.3	136.2	128.2	66.0	62.0
Comercio y competencia	72.6	82.0	75.6	69.8	92.4

ments in delivering public services at the national level. The 2018 Online Service Questionnaire (OSQ) consists of a list of 140 questions. To arrive at a set of Online Service Index values for 2018, a total of 206 online United Nations Volunteer (UNV) researchers from 89 countries covering 66 languages, assessed each country’s national website in the native language, including the national portal, e-services portal and e-participation portal, as well as the websites of the related ministries of education, labour, social services, health, finance and environment, as applicable. The total number of points scored by each country is normalized to a range of 0 to 1. The online index value for a given country is equal to the actual total score less the lowest total score divided by the range of total score values for all countries. Note: The precise meaning of these values varies from one edition of the Survey to the next as understanding of the potential of e-government changes and the underlying technology evolves. Read about the methodology at https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2018-Survey/E-Government%20Survey%202018_Annexes.pdf. Source: United Nations Public Administration Network, e-Government Survey 2018. (<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/E-Government-Development-Index>).

4. “Market sophistication 4.1 Credit 4.1.1 Ease of getting credit Ease of getting credit* | 2018 The *ranking* of economies on the ease of getting credit is determined by sorting their scores for getting credit. These scores are the score for the sum of the strength of the legal rights index (range 0–12) and the depth of credit information index (range 0–8). Doing Business measures the legal rights of borrowers and lenders with respect to secured transactions through one set of indicators and the reporting of credit information through another. The first set of indicators measures whether certain features that facilitate lending exist within the applicable collateral and bankruptcy laws. The second set measures the coverage, scope, and accessibility of credit information available through credit reporting service providers such as credit bureaus or credit registries. Although Doing Business compiles data on getting credit for public registry coverage (% of adults) and for private bureau coverage (% of adults), these indicators are not included in the *ranking*. Source: World Bank, Doing Business 2019: Training for Reform. (<http://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2019>).
 - 4.1.2 Domestic credit to private sector Domestic credit to private sector (% of GDP) | 2017 “Domestic credit to private sector” refers to financial resources provided to the private sector by financial corporations, such as through loans, purchases of non-equity securities, and trade credits and other accounts receivable, that establish a claim for repayment. For some countries these claims include credit to public enterprises. The financial corporations include monetary authorities and deposit money banks, as well as other financial corporations where data are available (including corporations that do not accept transferable deposits but do incur such liabilities as time and savings deposits). Examples of other financial corporations are finance and leasing companies, money lenders, insurance corporations, pension funds, and foreign exchange companies. Source: International Monetary Fund, International Financial Statistics and data files; and World Bank and OECD GDP estimates; extracted from the World Bank’s World Development Indicators database (2013-2017). (<http://data.worldbank.org/>)
- Trade, competition, and market scale

Sofisticación de negocios⁵

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Sofisticación de negocios	67.5	54.3	63.9	66.5	33.2
Trabajadores del conocimiento	77.4	67.5	71.0	63.4	37.0
Vínculos de la innovación	63.0	50.1	49.3	82.5	18.8
Absorción de conocimiento	62.2	45.4	71.3	53.7	43.8

Intensity of local competition Average answer to the survey question: In your country, how intense is competition in the local markets? [1 = not intense at all; 7 = extremely intense]†a | 2018 Source: World Economic Forum, Executive Opinion Survey 2018. (<https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018>).

5. “Business sophistication 5.1 Knowledge workers 5.1.1 Employment in knowledge-intensive services Employment in knowledge-intensive services (% of workforce) | 2017 Sum of people in categories 1 to 3 as a percentage of total people employed, according to the International Standard Classification of Occupations (ISCO). Categories included in ISCO-08 are: 1 Managers, 2 Professionals, and 3 Technicians and associate professionals (years 2009–18). Where ISCO-08 data were not available, ISCO-88 data were used. Categories included in ISCO-88 are: 1 Legislators, senior officials and managers; 2 Professionals; 3 Technicians and associate professionals (2009–18). Nigeria uses data from 2013. Source: International Labour Organization ILOSTAT Database of Labour Statistics (2009–18). (<http://www.ilo.org/ilostat/>).
- Innovation linkages 5.2.1 University/industry research collaboration Average answer to the survey question: In your country, to what extent do businesses and universities collaborate on research and development (R&D)? [1 = do not collaborate at all; 7 = collaborate extensively]†a | 2018 Source: World Economic Forum, Executive Opinion Survey 2018. (<https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>).
- 5.2.2 State of cluster development Average answer to the survey question on the role of clusters in the economy: In your country, how widespread are well-developed and deep clusters (geographic concentrations of firms, suppliers, producers of related products and services, and specialized institutions in a particular field)? [1 = non-existent; 7 = widespread in many fields]† | 2018 Source: World Economic Forum, Executive Opinion Survey 2018. (<https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018>).
- “5 Patent families filed in two offices Number of patent families filed by residents in at least two offices (per billion PPP\$ GDP) | 2015 A “patent family” is a set of interrelated patent applications filed in one or more countries or jurisdictions to protect the same invention. Patent families containing applications filed in at least two different offices is a subset of patent families where protection of the same invention is sought in at least two different countries. In this report, “patent families data” refers to patent applications filed by residents in at least two IP offices; the data are scaled by PPP\$ GDP (billions). A “patent” is a set of exclusive rights granted by law to applicants for inventions that are new, non-obvious, and commercially applicable. A patent is valid for a limited period of time (generally 20 years), during which patent holders can commercially exploit their inventions on an exclusive basis. In return, applicants are obliged to disclose their inventions to the public in a manner that enables others, skilled in the art, to replicate the invention. The patent system is designed to encourage innovation by providing innovators with time-limited exclusive legal rights, thus enabling them to appropriate the returns from their innovative activity. Source: World Intellectual Property Organization, Intellectual Property Statistics; International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2018 (PPP\$ GDP). (<http://www.wipo.int/ipstats/>; <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/index.aspx>).
- “Knowledge absorption 5.3.1 Intellectual property payments Charges for use of intellectual property i.e., pay-

Producción de conocimiento⁶

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Producción de conocimiento y tecnología	70.3	56.6	50.9	56.9	24.3
Creación de conocimiento	84.7	66.9	33.4	56.7	5.9
Impacto del conocimiento	57.7	55.2	53.9	48.0	36.9
Difusión del conocimiento	68.6	47.7	65.2	65.9	30.2
Producción creativa	56.6	52.2	38.3	46.3	34.3
Activos intangibles	62.2	58.3	47.3	49.1	48.6
Marcas por origen/ PIB	80.3	56.2	20.1	11.8	94.1
Diseños Industriales/ PIB	8.2	7.9	1.1	3.4	0.1
Patentes/PIB	16.5	6.4	3.0	4.5	0.2

ments (% of total trade, three-year average)a | 2017 Charges for the use of intellectual property not included elsewhere payments (% of total trade), average of three most recent years or available data. Value according to the Extended Balance of Payments Services Classification EBOPS 2010—that is, code SH charges for the use of intellectual property not included elsewhere as a percentage of total trade. “Total trade” is defined as the sum of total imports code G goods and code SOX commercial services (excluding government goods and services not included elsewhere) plus total exports of code G goods and code SOX commercial services (excluding government goods and services not included elsewhere), divided by 2. According to the sixth edition of the International Monetary Fund’s Balance of Payments Manual, the item “Goods” covers general merchandise, net exports of goods under merchanting, and non-monetary gold. The “commercial services” category is defined as being equal to “services” minus “government goods and services not included elsewhere”. Receipts are between residents and non-residents for the use of proprietary rights (such as patents, trademarks, copyrights, industrial processes and designs including trade secrets, franchises), and for licenses to reproduce or distribute (or both) intellectual property embodied in produced originals or prototypes (such as copyrights on books and manuscripts, computer *software*, cinematographic works, and sound recordings) and related rights (such as for live performances and television, cable, or satellite broadcast). Data for Armenia is for (2012-14), Azerbaijan and Guinea (2011, 2012, 2015), Islamic Republic of Iran (2013-15), Niger (2009, 2014-15), and Rwanda (2008). Source: World Trade Organization, Trade in Commercial Services database, based on the sixth (2009) edition of the International Monetary Fund’s Balance of Payments and International Investment Position Manual and Balance of Payments database (2009–17). (<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDStatProgramSeries.aspx>; <http://www.oecd.org/std/its/EBOPS-2010.pdf>).

6. “Knowledge and technology outputs 6.1 Knowledge creation 6.1.1 Patent applications by origin Number of resident patent applications filed at a given national or regional patent office (per billion PPP\$ GDP)a | 2017 “Patent” is defined in the description of indicator 5.2.5. A “resident patent application” refers to an application filed with an IP office or an office acting on behalf of the state or jurisdiction in which the first-named applicant has residence. For example, an application filed with the Japan Patent Office (JPO) by a resident of Japan

Pilar/indicador/País	Suiza	Reino Unido	Singapur	Israel	Costa Rica
Pago de Propiedad Intelectual % comercio total	3.1	1.5	3.3	0.5	2.8
Ingresos por PI % Comercio total	5.2	2.6	1.6	1.7	0.0
Bienes y servicios creativos	45.5	40.4	32.2	28.4	34.8
Creatividad en línea	56.4	51.6	26.4	58.8	51.

is considered a resident application for Japan. Similarly, an application filed with the European Patent Office (EPO) by an applicant who resides in any of the EPO member states, for example Germany, is considered a resident application for that member state (Germany). Source: World Intellectual Property Organization, Intellectual Property Statistics; International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2018 (PPP\$ GDP) (2010–17). (<http://www.wipo.int/ipstats/>; <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/index.aspx>).

Knowledge impact 6.2.1 Growth rate of GDP per person engaged Growth rate of GDP per person engaged (% three-year average) | 2018 Growth rate of real GDP per person employed (constant 1990 PPP\$), average of three last available years. Growth of gross domestic product (GDP) per person engaged provides a measure of labour productivity (defined as output per unit of labour input). GDP per person employed is GDP divided by total employment in the economy. PPP\$ GDP is Constant 1990 in US dollar, expressed in 1990 GK PPP, Millions. While this is a relatively robust measure, it does not correct for part-time jobs as it merely counts people who are employed. Hence, GDP per person employed is somewhat underestimated in countries with a higher share of part-time workers, which are mostly OECD countries. Source: The Conference Board Total Economy Database™ Output, Labor and Labor Productivity, 1950–2018, November 2018. (<https://www.conference-board.org/data/economydatabase/>). 6.2.2 New business density New business density (new registrations per thousand population 15–64 years old) | 2016 Number of new firms, defined as firms registered in the current year of reporting, per thousand population aged 15–64 years old. Kenya used data for 2008 Source: World Bank, Doing Business 2018, Entrepreneurship (2008–16). (<http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/entrepreneurship>). 6.2.3 Total computer *software* spending Total computer *software* spending (% of GDP)a | 2018 Computer *software* spending includes the total value of purchased or leased packaged *software* such as operating systems, database systems, programming tools, utilities, and applications. It excludes expenditures for internal *software* development and outsourced custom *software* development. The data are a combination of actual figures and estimates. Data are reported as a percentage of GDP. Source: IHS Markit, Information and Communication Technology Database. (<https://www.ih.com/index.html>).

High-tech and medium-high-tech output High-tech and medium-high-tech output (% of total manufactures output)a | 2016 High-tech and medium-high-tech output as a percentage of total manufactures output, on the basis of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) classification of Technology Intensity Definition, itself based on International Standard Industrial Classification ISIC Revision 4 and ISIC Revision 3. ISIC Revision 4 data were preferred; when not available or not reported for a given country, ISIC Revision 3 data were used. For all ISIC three-digit classification codes included in the definition of high-tech and medium-high-tech output reported as missing for a given country, but for which four-digit level data were available, the three-digit values were calculated as the sum of all four-digit codes that were available. No data were available for Botswana or Lebanon. Cameroon uses data for 2008. Source: United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Industrial Statistics Database, 3- and 4-digit level of International Standard Industrial Classification ISIC Revision 4 and Revision 3 (INDSTAT4 2018); OECD, Directorate for Science, Technology and Industry, Economic Analysis and Statistics Division, "ISIC Rev. 3 and Rev. 4 Technology Intensity Definition: Classification of Manufacturing Industries into Categories Based on R&D Intensities" (2008–16).

(<http://www.unido.org/statistics.html>; <http://stat.unido.org/content/focus/classification-of-manufacturing-sectors-by-technological-intensity-%2528isic-revision-4%2529;jsessionid=4DB1A3A5812144CACC956F-4B8137C1CF>; <http://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf>).

Knowledge diffusion 6.3.1 Intellectual property receipts Charges for use of intellectual property i.e., receipts (% total trade, three-year average)a | 2017 Charges for the use of intellectual property not included elsewhere receipts (% of total trade), average of three most recent years or available data. Value according to the Extended Balance of Payments Services Classification EBOPS 2010—that is, code SH charges for the use of intellectual property not included elsewhere as a percentage of total trade. Receipts are between residents and non-residents for the use of proprietary rights (such as patents, trademarks, copyrights, industrial processes, and designs including trade secrets, franchises), and for licenses to reproduce or distribute (or both) intellectual property embodied in produced originals or prototypes (such as copyrights on books and manuscripts, computer *software*, cinematographic works, and sound recordings) and related rights (such as for live performances and television, cable, or satellite broadcast). For definition of total trade see indicator 5.3.1. Data for Armenia is for (2015), Azerbaijan (2011-12, 2014), Benin (2014-16), Burundi (2014-15, 2017), Côte d'Ivoire (2014-16), Guinea (2013), Islamic Republic of Iran (2013-15), Mali (2011-12, 2017), Mozambique (2009, 2011-12), Niger (2015-16), Rwanda (2009), Tajikistan (2009, 2014), Togo (2010), Turkey (2017), and Yemen (2009, 2016). Source: World Trade Organization, Trade in Commercial Services database, based on the sixth (2009) edition of the International Monetary Fund's Balance of Payments and International Investment Position Manual and Balance of Payments database (2009–17). (<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramSeries.aspx>; <http://www.oecd.org/std/its/EBOPS-2010.pdf>).

7 Creative outputs 7.1 Intangible assets 7.1.1 Trademark application class count by origin Number of trademark applications issued to residents at a given national or regional office (per billion PPP\$ GDP) | 2017 The count of trademark applications is based on the total number of goods and services classes specified in resident trademark applications filed at a given national or regional office in 2017. Data refer to trademark application class counts—the number of classes specified in resident trademark applications—and include those filed at both the national office and the regional office, where applicable. Data are scaled by PPP\$ GDP (billions). A “trademark” is a sign used by the owner of certain products or provider of certain services to distinguish them from the products or services of other companies. A trademark can consist of words and/or combinations of words, such as slogans, names, logos, figures and images, letters, numbers, sounds and moving images, or a combination thereof. The procedures for registering trademarks are governed by the legislation and procedures of national and regional IP offices. Trademark rights are limited to the jurisdiction of the IP office that registers the trademark. Trademarks can be registered by filing an application at the relevant national or regional office(s) or by filing an international application through the Madrid System. A resident trademark application is one that is filed with an IP office or an office acting on behalf of the state or jurisdiction in which the applicant has residence. For example, an application filed with the Japan Patent Office (JPO) by a resident of Japan is considered a resident application for Japan. Similarly, an application filed with the Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM) by an applicant who resides in any of the EU member states, such as France, is considered a resident application for that member state (France). Source: World Intellectual Property Organization, Intellectual Property Statistics; International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2018 (PPP\$ GDP) (2010–17). (<http://www.wipo.int/ip-stats/>; <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/index.aspx>).

Industrial designs by origin Number of designs contained in industrial design applications filed at a given national or regional office (per billion PPP\$ GDP)a | 2017 This indicator refers to the number of designs contained in industrial design applications filed at a given national or regional office in 2017. Data refer to industrial design application counts—the number of designs contained in applications—and include designs contained in resident industrial design applications filed at both the national office and at the regional office, where applicable. “Resident design counts” refers to the number of designs contained in applications filed with the IP office of or at an office acting on behalf of the state or jurisdiction in which the applicant has residence. For example, an application filed with the Japan Patent Office (JPO) by a resident of Japan is considered a resident application for Japan. Similarly, an application filed with the Office for Harmonization in the Internal Market (OHIM) by an applicant who resides in any of the OHIM member states, such as Italy, is considered a resident application for that member state (Italy). Source: World Intellectual Property Organization, Intellec-

tual Property Statistics; International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2018 (PPP\$ GDP) (2010–17). (<http://www.wipo.int/ipstats/>; <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/index.aspx>).

Creative goods and services 7.2.1 Cultural and creative services exports Cultural and creative services exports (% of total trade) | 2017 Creative services exports (% of total exports) according to the Extended Balance of Payments Services Classification EBOPS 2010—that is, EBOPS code SI3 Information services; code SJ22 Advertising, market research, and public opinion polling services; code SK1 Audiovisual and related services; and code SK24 Other personal cultural and recreational services as a percentage of total trade. See 5.3.1 for a full definition of total trade. On the score for the United States of America (U.S.), this includes SI3 Information services; the category Movies & TV programming from Table 2.1 (U.S. Trade in Services, BEA) is used in the absence of available data for code SK1 Audiovisual and related services (the category Movies & TV programming is specific to the U.S. in BPM6 statistics and does not have a code); the category Sports and performing arts (U.S. Trade in Services, BEA) is used instead of code SK24; the category Advertising (U.S. Trade in Services, BEA) is used instead of code SJ22. Costa Rica, Cyprus, Ecuador, Guinea, Malta, Mexico, Togo show values used in the GII 2018. Due to quality considerations data for the United Arab Emirates is not considered. Source: World Trade Organization, Trade in Commercial Services database, based on the sixth (2009) edition of the International Monetary Fund’s Balance of Payments and International Investment Position Manual and Balance of Payments database; Bureau of Economic Analysis (BEA) released October 2017. (2016–2017). (<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDStatProgramSeries.aspx>; <http://www.oecd.org/std/its/EBOPS-2010.pdf>; <https://www.bea.gov/iTable/iTable.cfm>).

Creative goods exports Creative goods exports (% of total trade) | 2017 Total value of creative goods exports, net of re-exports (current US\$) over total trade. Creative goods as defined in 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, Table 3, International trade of cultural goods and services based on the 2007 Harmonised System (HS 2007). For the definition of total trade see indicator 5.3.1. Source: United Nations, Comtrade database; 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics, Table 3, International trade of cultural goods and services based on the 2007 Harmonised System (HS 2007); World Trade Organization, Trade in Commercial Services database, itself based on the sixth (2009) edition of the International Monetary Fund’s Balance of Payments and International Investment Position Manual and Balance of Payments database (2013–17). (<http://comtrade.un.org/>; <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/framework-cultural-statistics-culture-2009-en.pdf>; <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDStatProgramSeries.aspx>; <http://www.oecd.org/sdd/its/EBOPS-2010.pdf>)

Online creativity 7.3.1 Generic top-level domains (gTLDs) Generic top-level domains (gTLDs) (per thousand population 15–69 years old) | 2018 A generic top-level domain (gTLD) is one of the categories of top-level domains (TLDs) maintained by the Internet Assigned Numbers Authority (IANA) for use in the Internet. Generic TLDs can be unrestricted (.com, .info, .net, and .org) or restricted—that is, used on the basis of fulfilling eligibility criteria (.biz, .name, and .pro). Of these, the statistic covers the five generic domains .biz,

.info, .org, .net, and .com. Generic domains .name and .pro, and sponsored domains (.arpa, .aero, .asia, .cat, .coop, .edu, .gov, .int, .jobs, .mil, .museum, .tel, .travel, and .xxx) are not included. Neither are country-code top-level domains (refer to indicator 7.3.2). The statistic represents the total number of registered domains (i.e., net totals by December 2018, existing domains + new registrations – expired domains). Data are collected on the basis of a 4% random sample of the total population of domains drawn from the root zone files (a complete listing of active domains) for each TLD. The geographic location of a domain is determined by the registration address for the domain name registrant that is returned from a whois query. These registration data are parsed by country and postal code and then aggregated to any number of geographic levels such as county, city, or country/economy. The original hard data were scaled by thousand population 15–69 years old. For confidentiality reasons, only normalized values are reported; while relative positions are preserved, magnitudes are not. Source: ZookNIC Inc; United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, World Population Prospects: The 2017 Revision (population). (<http://www.zooknic.com>; <http://esa.un.org/unpd/wpp/>). 7.3.2 Country-code top-level domains (ccTLDs) Country-code top-level domains (ccTLDs) (per thousand population 15–69 years old) | 2018 A country-code top-level domain (ccTLD) is one of the categories of top-level domains (TLDs) maintained by the Internet Assigned Numbers Authority (IANA) for use in

a. Línea de base y posibles indicadores

Si se utilizara este índice como referente, una estrategia de PI debería considerar cuántos lugares apuntaría a subir en el *ranking* a partir de algunos de los pilares anteriores, teniendo presente el peso de cada uno de ellos, así casi todos se encuentren conectados o correlacionados.

De manera directa es evidente que la producción de conocimiento es el pilar más importante y la política debería revisar la calificación del país en esos rubros.

Las Instituciones entonces deben revisar las razones por la cuales hay bajos indicadores de producción de PI en términos de registros y comercialización que a su vez generen ingresos por concepto de su explotación.

También deben revisar si ofrecen la infraestructura necesaria para la creación y protección de los derechos, así como para su comercialización. A modo de ejemplo, el rubro de infraestructura incluye los servicios administrativos en línea y el registro de Propiedad Industrial adolece de ellos, aunque cuenta con los recursos suficientes para crear un buen sistema electrónico.

Lo anterior supondría al menos la superación de uno de los obstáculos para el uso del sistema de PI y es la falta de acceso directo al sistema de patentes

the Internet. Country-code TLDs are two-letter domains especially designated for a particular economy, country, or autonomous territory (there are 255 ccTLDs, in various alphabets/characters). The statistic represents the total number of registered domains (i.e., net totals by December 2018, existing domains + new registrations – expired domains). Data are collected from the registry responsible for each ccTLD and represent the total number of domain registrations in the ccTLD. Each ccTLD is assigned to the country with which it is associated rather than based on the registration address of the registrant. ZookNIC reports that, for the ccTLDs it covers, 85–100% of domains that are registered in the same country; the only exceptions are the ccTLDs that have been licensed for commercial worldwide use. Data are reported per thousand population 15–69 years old. For confidentiality reasons, only normalized values are reported; while relative positions are preserved, magnitudes are not. Source: ZookNIC Inc; United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, World Population Prospects: The 2017 Revision (population). (<http://www.zooknic.com>; <http://esa.un.org/unpd/wpp/>). 7.3.3 Wikipedia yearly edits Wikipedia yearly edits by country (per million population 15–69 years old) | 2017 Data extracted from Wikimedia Foundation’s internal data sources. For every country with more than 100,000 edit counts in 2017, the data from 2017 are used; otherwise, for every country with more than 100,000 edit counts in 2016, the data from 2016 are used. For all other countries, the data from 2014 are used. The data exclude both contributions to the extent that is identifiable in the data sources. Data are reported per million population 15–69 years old. Source: Wikimedia Foundation; United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2014–17). World Population Prospects: The 2017 Revision (population). (<https://wikimediafoundation.org>; <https://esa.un.org/unpd/wpp/>). 7.3.4 Mobile apps creation Global downloads of mobile apps (scaled by per billion PPP \$ GDP) | 2018 Global downloads of mobile apps, by origin of the headquarters of the developer/firm, scaled by PPP\$ GDP (billions). Global downloads are compiled by App Annie Intelligence, public data sources, and the company’s proprietary forecast model based on data from Google play store and iOS App store in each country between January 1, 2018 and December 31, 2018. Since data for China are not available for Google play store and only for iOS App store, data from China are treated as missing and considered “n/a”. Source: Source: App Annie Intelligence; International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2018 (PPP\$ GDP) (2010–17). (<https://www.appannie.com/en/>; <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/weodata/index.aspx>)”

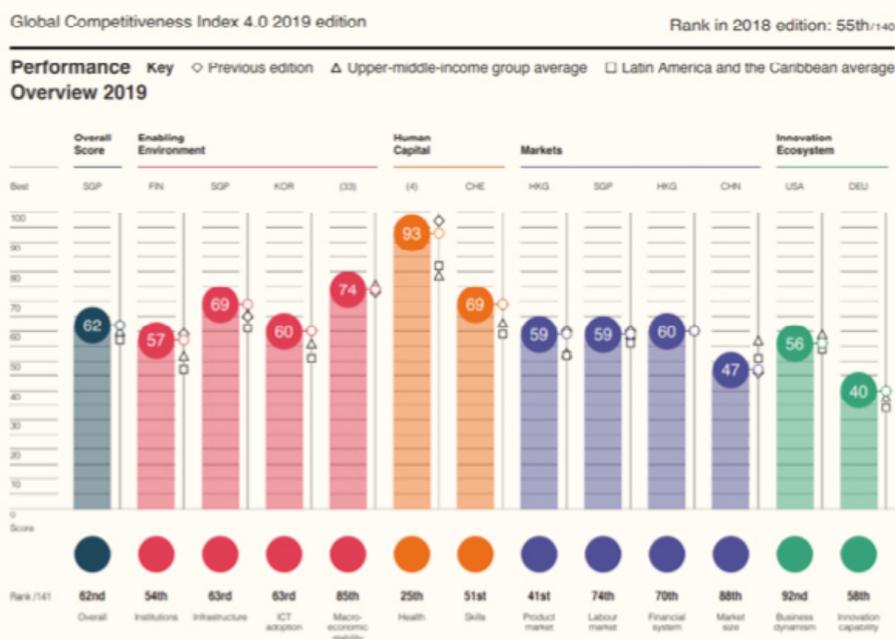
y el estado de la técnica por parte de investigadores, estudiantes y centros de conocimiento.

3. Índice Global de Competitividad

En el último informe de 2019, Costa Rica obtiene 62,01 puntos en el Índice de Competitividad, publicado por el Foro Económico Mundial, ubicándose en el puesto 62 entre los 141 países analizados, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2018 en el que obtuvo 62,14 puntos, lo cual lo llevó a perder 7 puestos en ese periodo, y la posicionó como la cuarta en la región latinoamericana después de Chile, México y Uruguay. <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/costa-rica>

Al igual que el índice de innovación, el índice de competitividad también se fundamenta en pilares. Para este caso los utilizados son:

- Ambiente habilitante.
- Capital Humano.
- Mercados.
- Ecosistema de innovación.



El reporte también dividió los componentes de los pilares mencionados. En tal sentido, escogimos los más relevantes para propósitos de una política de PI.

Pilar	Ranking
Carga regulatoria	124
Eficiencia del marco legal para la solución de controversias	72
Derechos de Propiedad	51
Protección a Derechos de Propiedad Intelectual	49
Adaptabilidad legal a los negocios digitales	69
Competencia	60
Costo de iniciar un negocio	80
Cultura de emprendimiento	54
Capacidad de innovación	58
I+D	70
Comercialización	47

Análisis Global efectuado por el Reporte:

“Los formuladores de políticas deben mirar más allá de la política monetaria a otras políticas, inversiones e incentivos para revivir el crecimiento de la productividad. Desde la Gran Recesión, los formuladores de políticas han mantenido a flote la economía mundial principalmente a través de una política monetaria ultra floja y poco convencional. Pero a pesar de la inyección masiva de liquidez, cuatro de los principales bancos centrales del mundo inyectaron \$ 10 billones entre 2008 y 2017, el crecimiento de la productividad ha seguido estancado en la última década. Aunque la política monetaria laxa mitigó los efectos negativos de la crisis financiera mundial, también puede haber contribuido a reducir el crecimiento de la productividad al alentar la asignación inadecuada de capital.

“Con tasas de interés extremadamente bajas (o negativas) y un desapalancamiento continuo, los bancos se han vuelto menos interesados en prestar a las empresas y en su lugar priorizaron las actividades de generación y comercialización de comisiones. Además, al asignar préstamos corporativos, los bancos parecen haber favorecido a las empresas que no tenían restricciones de crédito (y eran menos riesgosas) en lugar de restricciones de crédito que podrían tener más potencial de productividad. Como lo demuestran estudios recientes, las fricciones financieras que distorsionan las tecnologías de adopción pueden tener efectos negativos significativos en la TFP. La dependencia excesiva de la política monetaria también ha significado que la

política fiscal se ha subutilizado en gran medida, como se refleja en la disminución constante de las inversiones públicas.

“A pesar de los costos de endeudamiento muy bajos, el sector público no ha intensificado las inversiones, en parte debido, en muchas economías avanzadas, a las preocupaciones sobre la insostenibilidad de la deuda pública. Si de hecho la histéresis ha reducido permanentemente el camino del crecimiento, entonces el estímulo impulsado por la inversión podría ser una acción apropiada para reiniciar el crecimiento en las economías avanzadas estancadas. Más específicamente, la política fiscal que prioriza la estimulación de inversiones que mejoren la productividad en infraestructura, capital humano e I + D de hecho, puede ayudar a la economía a volver a una trayectoria de mayor crecimiento. Fundamentalmente, la política fiscal debe complementarse con reformas estructurales que faciliten la innovación y permitan que las empresas responsables e inclusivas prosperen. Además, una política fiscal revivida que incentive las inversiones en I + D ecológica, programas de adquisiciones ecológicas e impuestos sobre el carbono, más explorados en el Capítulo 3, podría ofrecer una oportunidad para cerrar la brecha de competitividad y redirigir la economía hacia un camino más sostenible.”

...existen dos grandes rubros en donde el país podría mejorar. Estos tienen que ver con la carga regulatoria y con la facilidad de iniciar negocios...

a. Línea de base y posibles indicadores

Al igual que lo recomendado para Índice Global de Innovación, creemos que estos indicadores pueden servir de base para trazar estrategias y líneas de acción concretas.

En efecto, sería recomendable revisar el *ranking* dado a la protección de derechos de Propiedad Intelectual y ver espacios de mejoramiento.

Adicional a ellos, existen dos grandes rubros en donde el país podría mejorar. Estos tienen que ver con la carga regulatoria y con la facilidad de iniciar negocios. Resulta en alguna medida contra evidente que en estos rubros el país ocupe posiciones rezagadas, mientras su *ranking* en materia de emprendimiento y protección de la PI sea bueno, o que se reconozca como un país con un alto grado de negocios sofisticados y una economía basada en servicios tecnológicos.

4. Estadísticas OMPI

Finalmente, hemos incluido las estadísticas que anualmente publica OMPI sobre el uso del sistema de PI en cada país, principalmente enfocada en marcas, pues creemos que éstas pueden indicar objetivos definidos y medibles como consecuencia de las políticas y estrategias a escoger por el país.

Con esta finalidad, elaboramos además tablas comparativas de la región y creamos *rankings*. Es preciso aclarar que estas cifras corresponden a las estadísticas publicadas por OMPI en 2019 que a su vez se basan en cifras de 2018.

Tabla 1.

Solicitudes de registro de marcas

	País	2018
1	Argentina	71,712
2	Brasil	204,419
3	Chile	34,527
4	Colombia	43.000
5	Costa Rica	9,995
6	República Dominicana	11,160
7	Ecuador	17,969
8	El Salvador	10,630
9	Guatemala	12,321
10	Honduras	7,228
11	México	141,553
12	Panamá	7,241
13	Paraguay	17,459
14	Perú	29,972

Tabla 2.

Número de marcas por millón de habitantes

País	Número de Registros de Marcas	Solicitudes de Registro	Número de habitantes	Número de Registros por habitantes
Costa Rica	14.405	7.902	4.900.000	1612
Chile	45.360	28.403	18.000.000	1577
Argentina	74.722	59.669	44.000.000	1356

País	Número de Registros de Marcas	Solicitudes de Registro	Número de habitantes	Número de Registros por habitantes
México	151.771	108.588	129.000.000	841
Panamá	10.582	3.196	4.100.000	779
El Salvador	9.082	5.026	6.370.000	789
Brasil	186.000	159.192	209.000.000	761
República Dominicana	13.613	7.326	10.700.000	684
Uruguay	9.311	2.263	3.450.000	655
Perú	33.031	18.923	32.000.000	591
Venezuela	22.439	18.414	32.000.000	575
Ecuador	14.551	8.262	16.600.000	497
Guatemala	12.012	6.215	16.900.00	367
Colombia	41.076	17.432	48.000.000	363
Bolivia	8.204	3.491	11.000.000	317
Honduras	7.077	2.292	9.200.000	249

Esta tabla muestra que Costa Rica es el país que más solicita marcas en proporción al número de habitantes, en la región latinoamericana.

Tabla 3.

Número de marcas por cada USD\$ 100 billones de PIB

País	Número de Registros de Marcas	País	Número de Registros de Marcas
Costa Rica	10,375	Uruguay	5,215
Chile	7,717	Perú	5,471
Argentina	7,199	Ecuador	4,696
México	4,849	Guatemala	4,950
Panamá	4,718	Colombia	3,654
El Salvador	10,806	Bolivia	4,587
Brasil	5,393	Honduras	5,447
República Dominicana	5,149		

Nuevamente en este rubro Costa Rica ocupa un importante lugar, solo superado por El Salvador.

Tabla 4.

Exportaciones de marcas y % sobre presentaciones nacionales

País	Número de Registros en el exterior	Porcentaje de Registros nacionales
Panamá	4.802	150
Colombia	3.513	20
Chile	5.916	20
Guatemala	1.178	18
Ecuador	1.270	15
Costa Rica	1.081	13
México	14.721	13
El Salvador	645	12
Honduras	258	11
Argentina	5.639	9
Perú	1.877	9
República Dominicana	650	8
Brasil	12.407	7
Uruguay	1.406	6
Bolivia	167	4
Venezuela	581	3

Tabla 5.

País destino

País	Número de Registros de Marcas	País	Número de Registros de Marcas
México	43.183	Costa Rica	6.503
Brasil	26.808	Ecuador	6.289
Colombia	23.644	República Dominicana	6.287
Chile	16.957	Guatemala	5.797
Argentina	15.053	Honduras	4.785
Perú	14.108	El Salvador	4.056
Panamá	7.386	Bolivia	4.713
Uruguay	7.048	Venezuela	4.025

Finalmente, Costa Rica se ubica en una posición intermedia en cuanto a destino de registro de marcas.

a. Línea de base y recomendaciones

Estas estadísticas permiten mostrar que si bien Costa Rica ocupa casi siempre los primeros lugares en varios de los rubros, existe campo para mejorar en indicadores como la exportación de marcas o país destino de ellas.

Lo anterior puede convertirse en una línea de base y un referente muy importante para impactar el porcentaje de contribución en el comercio exterior de los sectores intensivos en marcas (49% exportaciones y 50% importaciones) y la balanza de pagos por derechos de PI que tiene sus respectivos indicadores en el índice global de innovación.

5. Referente en la construcción de Estrategia Nacional de PI

Es muy importante reconocer que los indicadores de Costa Rica son sobresalientes en la región y que no obstante ellos, existen aún retos en algunos sectores, como objetivos que se pueden trazar para alcanzar aún mayores logros y la consolidación de un sistema de PI más robusto, que sirva como medio para alcanzar un fin específico deseado, sea éste relacionado con la innovación, la competitividad, la productividad, etc.

En tal sentido, hemos analizado diferentes estrategias nacionales y decidimos escoger la más reciente elaborada por el Gobierno de Singapur, dado que al igual que Costa Rica son países modelo en la región, elaboraron un plan estratégico hace varios años, cuyos resultados deben ser analizados y, porque es un país cuyo ejemplo debería ser seguido para alcanzar mejores indicadores.

De esta manera, el Plan estratégico de Singapur, denominado “Intellectual Property Hub Master Plan” ha establecido tres metas concretas a saber:

1.	Punto de encuentro para transacciones y administración de la PI.
2.	Punto de encuentro para solicitudes de marcas
3.	Punto de encuentro para solución de controversias relacionadas con PI.

Teniendo claros dichos objetivos, el proyecto reconoce los vacíos que aún se presentan en el país, listando entre ellos cuáles son los retos en materia de:

1.	Creación de PI.
2.	Protección de PI.
3.	Comercialización de PI.

Con base en lo anterior, es decir, de la fijación de los objetivos y el reconocimiento de los vacíos, se proponen las líneas de acción, que están enfocadas en superar los vacíos para la consecución de los objetivos, para los cuales ha fijado a su vez tres

grandes pilares en los cuales enfoca la problemática, tareas y objetivos. De esta manera, la oficina de Singapur analiza cómo el aumento de la masa crítica (cantidad de expertos en PI), la mejora del régimen y un mercado efectivo pueden ser los habilitadores de los objetivos trazados en la política económica del país.

En este orden de ideas, los siguientes son los cuadros comparativos que contienen los objetivos, vacíos a superar y líneas de acción trazadas por el gobierno de Singapur en su plan estratégico para cada uno de los habilitadores y que buscan los siguientes indicadores puntuales:

- Aumento del número de trabajadores de la PI en el doble (de 500 a 1000).
- Lograr una tasa de eficiencia de 65 de conformidad con el Informe Global de Innovación de OMPI en 5 años.
- Ayudar a 1.500 empresas a entender el valor de la PI en 2 años.
- Proveer auditoría personalizada y asistencia en estrategia de PI a 150 empresas en 2 años.

4.2. Retos para Singapur en la creación de propiedad intelectual – PI –⁷

Experiencia	Política	Mercado
Brecha: Poco análisis de los datos, por ejemplo, de información sobre patentes, de tal forma que se asegure el éxito en la innovación	Brecha: Poca coordinación entre todas las agencias públicas e incluso entre ellas y las entidades privadas para apoyar a los innovadores	Brecha: Poca colaboración entre la comunidad de innovadores

5.2. Recomendaciones para Singapur para apoyar la creación de propiedad intelectual – PI –⁸

Experiencia	Régimen	Mercado
Iniciativa 1: Especializarse en predicción tecnológica y analítica de patentes	Iniciativa 2: Alinear todas las agencias del gobierno para que apoyen la innovación	Iniciativa 3: Hacer crecer y profundizar las redes o <i>networking</i> entre las personas y empresas dedicadas a la innovación

7. La traducción es libre. El texto original reposa en inglés.

8. La traducción es libre. El texto original reposa en inglés.

4.3. Retos para Singapur en la protección de la propiedad intelectual – PI –⁹

Experiencia	Régimen	Mercado
<p>Brecha 4: Poco acceso a consejo legal y estratégico.</p> <p>Brecha 5: Poco conocimiento de asuntos relacionados con la PI en mercados externos</p>	<p>Brecha 6: Altos costos para exigir observancia de los derechos de PI</p>	<p>Brecha 7: Falta de herramientas de todo tipo para que las PYMES protejan su PI</p>

5.3. Recomendaciones para la protección de la PI en Singapur¹⁰

Experiencia	Régimen	Mercado
<p>Iniciativa 4: Fortalecer la experiencia legal en todos los aspectos, incluida la redacción de patentes, de los agentes de PI.</p> <p>Iniciativa 5: Construir y compartir experiencias relacionadas con las mejores prácticas legales para los procedimientos relacionados con PI</p>	<p>Iniciativa 6: Rebajar los costos del acceso a los procedimientos de resolución de disputas</p>	<p>Iniciativa 3: Equipar a las PYMES con herramientas para la administración de su PI</p>

4.4. Retos para Singapur en la comercialización de la propiedad intelectual – PI –¹¹

Experiencia	Régimen	Mercado
<p>Brecha 8: Falta de experiencia en la comercialización de la PI</p>	<p>Brecha 9: Modelos antiguos para recaudar fondos destinados a innovación.</p> <p>Brecha 10: Desconocimiento de los indicadores básicos para la valoración de intangibles.</p> <p>Brecha 11: Necesidad de rápido retorno de</p>	<p>Brecha 13: Falta de colaboración entre los investigadores y la industria.</p> <p>Brecha 14: Falta de un mercado desarrollado que permita transacciones de intangibles</p>

9. La traducción es libre. El texto original reposa en inglés.

10. La traducción es libre. El texto original reposa en inglés.

11. La traducción es libre. El texto original reposa en inglés.

Experiencia	Régimen	Mercado
	inversión en Investigación y Desarrollo (I&D) Brecha 12: Necesidad de anclar actividades de investigación y desarrollo (I&D) en Singapur	

5.4. Recomendaciones para Singapur en la comercialización de la PI¹²

Experiencia	Régimen	Mercado
Iniciativa 8: Desarrollar experiencia en todos los aspectos de la comercialización de PI	Iniciativa 9: Desarrollar nuevos modelos de negocio para los activos de PI. Iniciativa 10: Promover la revelación de las investigaciones relacionadas con activos intangibles en Singapur. Iniciativa 11: Desarrollar un Protocolo Nacional de PI que involucre a todas las agencias gubernamentales denominado "Plan Maestro de Colaboración para las Investigaciones" Iniciativa 12: Propiciar beneficios tributarios para hacer atractiva la innovación en Singapur	Iniciativa 13: Desarrollar plataformas que permitan hacer seguimiento a todos los proyectos de innovación. Iniciativa 14: Mejorar la información económica y comercial entre los agentes del mercado

12. La traducción es libre. El texto original reposa en inglés.

Parte II

Cuatro grandes frentes de la PI en Costa Rica

1. Comunicación / Divulgación

a. Situación Actual

Un análisis de las campañas o programas de origen público permite encontrar con facilidad la campaña “MIS CREACIONES VALEN”¹³, desarrollada y divulgada por el Registro Nacional en el ámbito escolar, que presenta unas cifras muy importantes en cuanto al número de entidades educativas y estudiantes a quienes ha llegado.

De esta manera, se tiene que esta campaña ha alcanzado los siguientes números de impacto:

Escuelas	Colegios	Docentes	Estudiantes
162	24	3.226	116.747

b. Promoción de PI a las PYMES

El Ministerio de Economía cuenta con un portal para PYMES llamado PYMES Costa Rica Venta Única para PYMES.

Este portal lleva un registro de las PYMES, así como del número de ellas que se encuentran activas. Al 29 de febrero de 2020 había aproximadamente 20.000 PYMES activas, y un número equivalente de inactivas, según los datos de ese registro¹⁴.

Según este portal, existen aproximadamente 95 empresas registradas en el rubro de industrias de producción nacional¹⁵.

Igualmente, hay aproximadamente 100 empresas registradas como de producción nacional en sector bienes y servicios.

Actualmente la Propiedad Intelectual es un elemento que se menciona en la promoción para las PYMES, pero no hay una capacitación permanente ni accesible para este sector. Como ejemplo, advertimos el link de la página oficial de las PYMES en Costa Rica, en la que simplemente se hace la mención a qué es PI, pero no se ofrece ningún tipo de capacitación en relación con el tema.

13. <http://empresas.librosparatodoscr.com/miscreacionesvalen/>

14. Fueron consultados los listados que figuran en el sitio web mencionado. El registro no arroja una cifra total, de suerte que multiplicaron número de páginas por número de columnas de los listados.

15. Se advierte que hay muchas empresas repetidas pues llevan registros o conteos individuales por producto. Eje: Calox de Costa S.A.

En cuanto a servicios de capacitación, el sistema hace una remisión a las entidades más afines a la temática. No obstante, no se hace una relación entre ellas y la PI como herramienta para potenciar la estrategia respectiva v.gr. innovación, acceso a mercados, exportación etc.

No obstante lo anterior, existen varios programas en los cuales se fomenta y financia el emprendimiento y la innovación en los que la Propiedad Intelectual, su protección y valoración deberían formar parte integrante para maximizar sus resultados y la concreción de sus objetivos.

De esta manera encontramos los siguientes programas:

i. Sistema Banca para el Desarrollo (SBD)



El objetivo es crear un mecanismo para financiar e impulsar proyectos productivos, viables y factibles técnica y económicamente, acordes con el modelo de desarrollo del país.

Sujetos beneficiarios del SBD

Personas físicas y jurídicas de las micro y pequeñas unidades productivas de los distintos sectores que presenten proyectos viables y factibles.

Medianas unidades productivas de los distintos sectores que presenten proyectos viables y factibles, que no sean sujetos de los servicios de crédito de los bancos públicos por los parámetros que dictan estas instituciones para medir y calificar el riesgo del deudor en su gestión ordinaria, así como por los criterios y las disposiciones de la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF).

Funciones del SBD

- Otorgar financiamiento por medio de Operadores financieros.
- Brindar Servicios no financieros y de desarrollo empresarial.
- **Otorgar avales o garantías** a las personas físicas y jurídicas de las micro y pequeñas unidades productivas de los distintos sectores que presenten proyectos viables y factibles.

- Cuenta con tres fondos:
- **Financiamiento:** opera como un esquema de banca de segundo piso, que provee a los operadores con programas acreditados ante el Consejo Rector, recursos para la colocación de financiamiento en crédito, factoraje o factoreo; leasing o arrendamiento financiero y operativo, entre otras formas de financiamiento.
- **Garantía y avales:** otorga hasta por un 75% del monto de proyectos que califiquen.
- **Fondo de servicios no financieros:** incluye capacitación, asistencia técnica, investigación y desarrollo, innovación y transferencia tecnológica, conocimiento, desarrollo de potencial humano, entre otros, estrictamente necesarios para garantizar el éxito del proyecto.

Hemos resaltado la función del SBD de otorgar avales o garantías, pues ésta podría servir de base para un programa de bienes de Propiedad Intelectual como garantía en los proyectos de financiación a PYMES, a la luz del régimen legal de garantías mobiliarias.

ii. FODEMIPYME



Es el Fondo para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (FODEMIPYME) creado por la Ley 8262, administrado por el Banco Popular y de Desarrollo Comunal (BPDC).

Busca fomentar y fortalecer el desarrollo y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas de la economía social, mediante el otorgamiento eficiente de avales, financiamiento de intangibles y Servicios de Desarrollo Empresarial.

Al igual que el SBD, pero quizás con mayor pertinencia, este Fondo podría imitar alguno de los programas mostrados como referentes en otros países para el financiamiento en la protección y explotación de intangibles como la PI.

No contamos con la cifra de intangibles financiados por el Fondo, pero sería recomendable la construcción de un indicador de base y uno objetivo.

iii. Fondo de Innovación: PROPYME



Es el Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (PROPYME) creado por la Ley 8262, administrado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT)

Busca financiar las acciones y actividades dirigidas a promover y mejorar la capacidad de gestión y competitividad de las pequeñas y medianas empresas costarricenses, mediante el desarrollo tecnológico como instrumento para contribuir al desarrollo económico.

Beneficiarios

El Fondo solo es aplicable para las pequeñas y medianas empresas, de los sectores Industrial, Comercio y Servicios, y cubre:

- | | |
|---|---|
| • | Proyectos de Desarrollo Tecnológico. |
| • | Proyectos de patentes de Invención. |
| • | Proyectos de transferencia tecnológica. |
| • | Proyectos de desarrollo del potencial humano. |
| • | Proyectos de servicios tecnológicos. |

No contamos con el número de solicitudes de patente financiadas. Esta información resulta muy relevante para propósitos de fijar líneas de base y objetivos, así como para hacer un seguimiento a la suerte de las mismas solicitudes tanto desde la perspectiva de la protección como de su comercialización (monetización).

En el mismo sentido, resulta importante revisar la forma de articulación de este fondo con los demás previamente enunciados para propósitos de:

- | | |
|----|--|
| 1. | Acceso a mercado. |
| 2. | Eficiencia de recursos. |
| 3. | Destino de recursos a sectores estratégicos. |
| 4. | Articulación Empresa, Universidad Estado. |

iv. Sello PYME C-neutral

El objetivo de este programa es impulsar el desarrollo de buenas prácticas empresariales que permitan gestionar emisiones de gases con efecto invernadero, aumentar la eficiencia y dar valor agregado a los bienes y servicios que brindan las PYMES mediante el sello C-Neutral.

El sistema de marcas de certificación o colectivas puede ser un gran instrumento para ayudar a apalancar este programa y darle competitividad a las empresas costarricenses.

c. Referentes internacionales en Academias y programas de Fomento a la PI

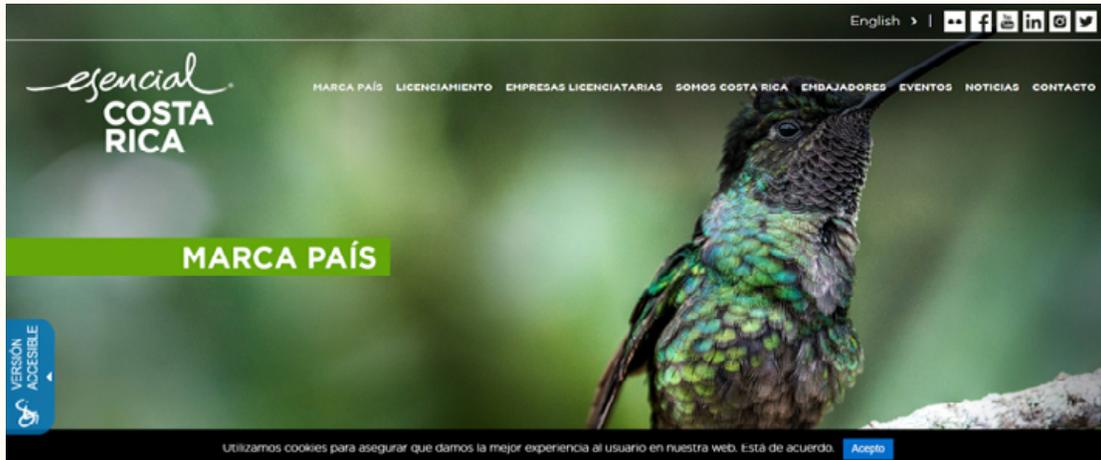
A continuación se presenta una tabla con algunas academias de PI de las Oficinas de diferentes países del mundo, así como iniciativas o programas encaminados a fomentar la cultura de la PI en las empresas y el uso de éstas del sistema de PI.

País	Programa	Tipo de público	Indicadores
Unión Europea	IPR HELPDESK:	PYMES	35 embajadores in 27 países comunitarios. Atiende 1500 consultas por año en promedio.
Unión Europea	IPA4SME	PYMES	Hasta 15.000 euros de financiación de diagnóstico y protección de PI.
Unión Europea	IPR SME HELPDESKS	PYMES	Servicio de orientación sobre Sudeste asiático, China y Latinoamérica.
Unión Europea	Observatorio de Infracciones EUIPO	PYMES	Guías, e-learning sobre casos de éxito de empresas que han usado el sistema de marcas y diseños.

País	Programa	Tipo de público	Indicadores
Unión Europea	EUIPO'S IPR SMES SCORECARD	PYMES	8.300 entrevistas a PYMES: conciencia de PI.
Francia, Hungría, España, entre otros	Pre-diagnóstico de PI	PYMES	Programas o sistemas que ayudan a las PYMES a entender cómo identificar bienes de PI.
Italia	Financiamiento	PYMES	Descuentos a registros y financiación para explotación de PI.
Alemania	Patente Informationa Centers (PIZ)	PYMES	Educación + diagnóstico.
Global	INTA UNREAL	Estudiantes	Riesgos de la piratería y las falsificaciones.
América	ASIPI – educa	Estudiantes	Cursos sobre importancia de la PI.
Portugal	Escola Segura	Estudiantes	Concientización sobre el comercio ilícito.
Dinamarca	CRAFT	Estudiantes	Programa: Yo elijo lo real.
España	Stop falsificaciones	Estudiantes y público en general	Concientización sobre riesgos de la piratería y las falsificaciones.

d. Casos de éxito, promoción de marcas nacionales.

Costa Rica tiene marca país, una marca de certificación: Esencial Costa Rica:
<https://www.esencialcostarica.com>.



Brand Finance publica anualmente el *ranking* mundial de marcas país (https://brandirectorypublic.s3.eu-west-2.amazonaws.com/reports_free/brand-finance-nation-brands-2019-preview.pdf). Las dos primeras posiciones en Latinoamérica las ocupan Brasil y México en los puestos 17 y 18 respectivamente. No obstante los otros indicadores globales, la marca país Costa Rica ocupa un modesto puesto 77, reflejando así que se necesita una mayor articulación para promocionar al país en aquellos rubros que lo posicionan muy bien a nivel internacional.

El reporte muestra que los países en desarrollo han elevado el valor de sus *country brands* en oposición de los países desarrollados.

Los siguientes son los 20 países que lograron mayor posicionamiento, destacándose a la India y Turquía, en adición del primer lugar que ocupa Singapur.

... se necesita una mayor articulación
 para promocionar al país en aquellos
 rubros que lo posicionan muy bien a nivel
 internacional...



e. Formación poder legislativo *TM Caucus*

Cuando se habla de régimen institucional se piensa inmediatamente en la Oficina de Registro de derechos. Aquí es importante mencionar la necesidad de un sistema que permita articular el registro con la observancia, tal y como ocurre en el *National Intellectual Property Rights Coordination Center – IPRcenter* – de Estados Unidos de América. Además, creemos que uno de los grandes avances que se puede hacer está en la creación de Comisiones expertas en PI en el legislativo. En efecto, la materia debe ser objeto de un permanente debate, desprovisto de apasionamientos y alejado de las polémicas que se presentan en muchas ocasiones cuando se está en presencia de modificaciones en materias que tocan los derechos de PI (como la salud y otros).

Así, en la medida en que siempre se cuente con un grupo de congresistas que manejen la materia, sus principios y objetivos se asegurará un mejor debate legislativo y, por tanto, mejores leyes. Como ejemplo de lo anterior tenemos el Caucus de Estados Unidos y los recientemente creados en Kenia, así como la Comisión especializada en Comercio y Propiedad Intelectual en el Congreso de Brasil.

El Caucus o Comisión Incidental, como se les conoce en otras jurisdicciones, es una red bipartidista, bicameral y orientada a los resultados, conformada por miembros del Congreso que se dedican a desarrollar un sólido conocimiento sobre el papel vital que juegan las marcas en el comercio, la salud, la seguridad de los

consumidores y la economía de los países. El Caucus también sirve como catalizador para construir asociaciones y colaboraciones entre el sector público, la industria privada y las entidades sin fines de lucro destinadas a equipar a los consumidores con el conocimiento que necesitan para mantenerse a salvo de la amenaza de productos falsificados.

La actividad del Caucus se da mediante sesiones informativas especiales para los miembros del Congreso. En promedio, se llevan a cabo unas 4 sesiones informativas al año centradas en temas como la lucha contra la falsificación y aspectos de la ley o nuevas leyes en materia de marcas.

En línea con lo anterior, sería recomendable proponer en la Estrategia Nacional la creación de una Comisión de estas características en Costa Rica, la cual además ayudará a facilitar el diálogo entre las diferentes ramas del poder público.

... conformada por miembros del Congreso que se dedican a desarrollar un sólido conocimiento sobre el papel vital que juegan las marcas en el comercio, la salud, la seguridad de los consumidores y la economía de los países...

f. Recomendaciones

Si bien las cifras reportadas por el programa MIS CREACIONES VALEN son plausibles, resulta recomendable medir su impacto en términos de porcentajes de cobertura frente a la totalidad de instituciones educativas del país y tiempo. En efecto, sería recomendable establecer el número total de entidades de educación, sumando la educación básica y básica secundaria.

Por otra parte, no se advierte de la campaña que en ella se incluyan contenidos adicionales a los estrictamente relacionados con el derecho de autor, como es el caso de los diseños industriales, patentes y marcas. Si bien pueden estar incluidos, cada uno de estos bienes pueden tener formas diferentes de aproximación dependiendo de la problemática o del incentivo a crear.

En igual sentido, se advierte ausencia de campañas en instituciones de educación superior o Universidades, así como Instituciones de educación técnica.

Finalmente, se advierte ausencia de campañas educativas a la población no estudiante.

De conformidad con lo anterior, las siguientes serían las recomendaciones de construcción de una estrategia en relación con las actividades de educación e impacto en población estudiantil.

- Es recomendable establecer el número total de instituciones educativas, en todos sus niveles, para así fijar un referente de cobertura potencial y de cobertura real en un tiempo determinado.
- Es importante establecer niveles de capacitación desde el punto de vista del contenido y el propósito de la campaña. En efecto, es posible crear contenidos para:
 - i) Creación de cultura de respeto a la PI.
 - ii) Introducción a la PI o conceptos básicos.
 - iii) Creación de capacidades de creación, invención, emprendimiento.
 - iv) Creación de capacidades de uso del sistema de PI.
 - v) Capacitación a capacitadores.
 - vi) Capacitación en valoración de activos intangibles y de Propiedad Intelectual con miras a fortalecer el sistema de apoyo a PYMES.

- Con miras a la eficiencia de recursos, es deseable que se creen capacidades en los docentes para enseñar sobre todos o algunos de los contenidos listados arriba, de suerte que las entidades administrativas no deban estar invirtiendo de forma repetitiva los mismos recursos.
- Es fundamental hacer un cruce de información entre los sectores intensivos en marcas en Costa Rica contra los siguientes temas o programas:
 - i) Recursos destinados a financiamiento de PYMES.
 - ii) Recursos destinados a financiación de PI y avales.
 - iii) Existencia de contenidos educativos que relacionen el sector respectivo con el uso del sistema de PI.

- Finalmente, establecer una línea de base y un objetivo cuantificable para cada una de las acciones anteriormente recomendadas.

2. Protección / Observancia

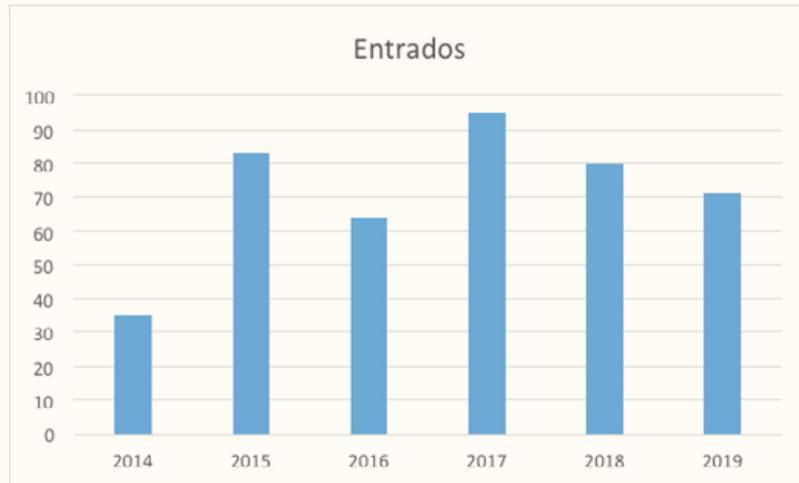
a. Situación Actual

Si bien Costa Rica cuenta con leyes especiales en materia de observancia de derechos de Propiedad Intelectual, así como autoridades penales y aduaneras en la materia, persisten algunos problemas relacionados con los siguientes temas:

1. Incongruencia entre leyes aduaneras, penales y especiales de PI.
2. Incongruencia interpretativa de las autoridades de cada uno de los temas expuestos en el punto 1.
3. Altos costos para la observancia de los derechos, bien en cabeza de los titulares o de las autoridades, y bajos costos para los infractores.
4. Políticas aisladas e interinas por parte de cada entidad, que responden a reacciones frente a situaciones temporales o circunstanciales, mas no a políticas y estrategias estatales frente al comercio ilícito.
5. Montos para sanciones establecidas en la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual número 8039: Esta ley le brinda al usuario la posibilidad de hacer valer sus derechos de propiedad intelectual e industrial desde la vía civil o penal. Asimismo, establece las sanciones correspondientes a terceros quienes atentan contra estos derechos por medio de multas e incluso pena de prisión. A pesar de existir este tipo de sanciones, las multas son montos de salarios base los cuales no siempre se adecuan al daño producido por lo que el aumento de estas multas podría significar mayor beneficio para los afectados.

Los siguientes indicadores muestran además un claro deterioro en el combate a la piratería y la falsificación, los cuales son tomados a partir de datos suministrados por la Fiscalía de Delitos Económicos y Financieros.

... Altos costos para la observancia de los
derechos, bien en cabeza de los titulares
o de las autoridades, y bajos costos
para los infractores...





b. Referentes Internacionales en política e institucionalidad de observancia

La tecnología digital está en constante evolución, lo que exige la necesidad de una seguridad cibernética sólida. Aunque Internet ofrece muchos beneficios, el potencial para organizar el cibercrimen también alcanza una escala global. La capacidad de los ciberdelinquentes para esconderse detrás de la inmensidad de Internet y la ruta a través de diferentes jurisdicciones es un considerable problema.

Las infracciones de propiedad intelectual afectan negativamente los ingresos de todas las partes y crea un impacto significativo económica y socialmente.

En abril de 2016, la OCDE y la Oficina Europea de Propiedad Intelectual EUIPO produjeron un informe que ilustraba que el comercio internacional de tales productos representaba hasta el 2.5% del comercio mundial, o tanto como \$ 461 mil millones.

INTA y BASCAP encargaron otro informe en el que se confirma que este comercio ilícito seguirá aumentando y pronostica que alcanzará un estimado de US\$991 mil millones para 2022.

Según estas estadísticas, se prevé que el delito cibernético crecerá exponencialmente a menos que se cree una solución.

INTA ha mostrado diferentes modelos adoptados por los países para combatir este fenómeno, los cuales podrían convertirse en referentes internacionales que podrían seguirse al momento de elaborar una Estrategia Nacional de Propiedad Intelectual.

En efecto, desde la perspectiva de la observancia de los derechos, la mejor práctica ha sido la creación de centros o Unidades (el nombre es irrelevante), que lideren y coordinen la lucha contra la piratería y la falsificación, y que van más allá y son más especializados que los cuerpos creados para lucha contra el comercio ilícito o el contrabando. Algunos de ellos son:

Centro de Coordinación de Derechos de Propiedad Intelectual (EE.UU)

El Centro Nacional de Coordinación de Derechos de Propiedad Intelectual (IPR Center) es la respuesta del gobierno de los Estados Unidos al robo de la propiedad intelectual (PI) global. Creado en 2000, el centro de derechos de propiedad intelectual adopta un multicapa para combatir el robo de propiedad intelectual.

El IPR Center combina investigación, interdicción, divulgación y capacitación para combatir las complejidades del robo de propiedad intelectual. El centro de DPI reúne 23 agencias asociadas, que consisten en 19 agencias federales más Interpol, Europol y los gobiernos de Canadá y México en un entorno de fuerza de trabajo.

La colaboración de esta coalición le permite al IPR Center utilizar eficazmente los recursos y habilidades para proporcionar una respuesta integral al robo de propiedad intelectual. La colaboración entre estas organizaciones ha resultado en incautaciones significativas, sanciones civiles y enjuiciamientos penales.

Coalición coordinada contra los crímenes contra la Propiedad Intelectual IPC3 (Europa)

Europol y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) se unieron para crear la Coalición Coordinada de Delitos contra la Propiedad Intelectual (IPC3) que se basa en el acuerdo estratégico firmado entre Europol y EUIPO en 2013. El IPC3 provee apoyo operativo y técnico a las agencias de observancia a nivel mundial, facilitando y coordinando investigaciones transfronterizas; monitorea y

reporta tendencias delictivas en línea; Mejora la armonización y la estandarización de los procedimientos operativos para contrarrestar los delitos contra la PI globalmente y al llegar al público y a las fuerzas del orden mediante la sensibilización a través de entrenamientos.

Grupo Líder de Lucha contra las infracciones a las leyes y regulaciones de Propiedad Intelectual (China)

En 2011, el Consejo de Estado creó el Grupo Nacional Líder en la Lucha contra la Infracción de los DPI. El NLG unificó la lucha contra la infracción de la propiedad intelectual mediante la formulación de políticas y medidas unificadas para combatir la delincuencia de propiedad intelectual y un aumento de los departamentos de cooperación. El NLG supervisó e inspeccionó diferentes localidades y departamentos y supervisó el manejo de casos de infracción y falsificación. El NLG se centró en cinco estrategias: reuniones de trabajo regulares; promociones de inspección y supervisión; informes estadísticos; y, sistemas de evaluación del desempeño que se convirtieron en soluciones a largo plazo.

Unidad Especializada en Investigación de Delitos Contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial (México)

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es responsable de promover y proteger todas las leyes de propiedad industrial e intelectual en México; supervisa la observancia de los DPI e interviene en la infracción de derechos de autor. México también tiene una unidad especializada en cumplimiento de DPI, la Unidad Especializada en Investigación de Delitos contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial (UEIDDAPI), conformada por funcionarios administrativos, autoridades de investigación y de prevención relacionadas con la infracción de los DPI. Los UEIDDAPI está en constante comunicación con todos los involucrados en el mantenimiento de los DPI.

c. Recomendaciones

i. Propuesta de modelo de Centro de Coordinación de Observancia de Propiedad Intelectual

Con base en lo anterior, INTA ha trabajado en elaborar una propuesta para los diferentes países de creación de una unidad central de coordinación para luchar contra falsificaciones, piratería y otros delitos de propiedad intelectual. El Centro de Coordinación sería una unidad singular de coordinación entre las

diferentes industrias afectadas por estos crímenes, el gobierno y el público objetivo. La oficina también proporcionaría coordinación entre las diferentes oficinas gubernamentales a nivel nacional y facilitaría la coordinación entre los funcionarios nacionales y otras jurisdicciones a nivel mundial.

No solo es importante fomentar la coordinación interdepartamental, sino que es igualmente importante proporcionar conciencia educativa al público a través de un mensaje unificado.

Características del Centro de Coordinación de Observancia de Propiedad Intelectual

Funciones y beneficios

La siguiente es una lista de responsabilidades específicas de un centro de coordinación de derechos de PI:

- Coordinar la investigación de las fuentes de mercancías que infringen derechos de propiedad intelectual para identificar organizaciones e individuos que producen, contrabandean o distribuyen dicha mercancía.
- Realizar y coordinar capacitaciones con otras fuerzas del orden nacional, regional e Internacional sobre mejores prácticas de investigación.
- Desarrollar y expandir la capacidad de dichas agencias para hacer cumplir los derechos de propiedad intelectual.
- Desarrollar programas de capacitación internos y externos.
- Coordinar, con la aduana, las actividades realizadas para evitar la importación o exportación de mercancía que infringe los derechos de propiedad intelectual.
- Apoyar la interdicción internacional de mercancías que infrinjan la propiedad intelectual destinadas al país.
- Recopilar, recibir e integrar información sobre la infracción de la propiedad intelectual de agencias de orden público nacionales e internacionales y otras fuentes no estatales.
- Desarrollar un medio para recibir y organizar información sobre la infracción de derechos de propiedad intelectual de fuentes diferentes a las agencias de observancia, como el público en general.
- Coordinar con las oficinas de los fiscales del país para desarrollar conocimiento, experticia y ayudar en la investigación y el enjuiciamiento de delitos relacionados con la infracción de los derechos de propiedad intelectual.

- Realizar actividades de divulgación para entidades del sector privado y el público. Cada agencia miembro y la entidad debe tener la función de educar a los consumidores y otras fuerzas del orden sobre los daños de comprar productos falsificados.

Los beneficios de un centro de coordinación de PI incluyen:

- Permitir a las agencias participantes centralizar esfuerzos;
- Eliminar conflictos de diferentes pistas de investigación;
- Coordinar múltiples jurisdicciones investigativas y generar iniciativas dirigidas a amenazas y vulnerabilidades identificadas.
- La industria privada puede coordinar y colaborar con las agencias participantes, así como también identificar y colaborar al personal estratégico de estas agencias.

Institucionalidad requerida

Con independencia de los requisitos legales necesarios para crear un Centro de Coordinación, bien sea por Decreto, Ley o Acto Administrativo, es fundamental que el Centro cuente con dos grandes divisiones, una dedicada a la observancia y la otra a la inteligencia.

Al establecer un centro de coordinación de derechos de propiedad intelectual, es beneficioso contar con el apoyo de la industria privada para que el Gobierno esté enterado de primera mano de dónde se centra la problemática y tenga cifras del impacto económico de la falsificación, de suerte que mantenga una correcta asignación de recursos e infraestructura para combatirla y no que éstos se destinen a situaciones emergentes, coyunturales o el gobierno escoja otras prioridades.

Entidades que participan en el Centro de Coordinación

Dadas las particularidades institucionales de cada país, no podemos denominar las autoridades que deben ser parte del Centro. No obstante, sí podemos describirlas como aquellas que se encarguen directamente de la observancia, particularmente las que se dediquen a la incautación, investigación y acusación o adelantamiento de procesos legales en contra de quienes hayan infringido los derechos.

Por su puesto será necesario contar con la participación del sector privado, tal como se mencionó anteriormente.

Instrumentos de facilitación de la coordinación interinstitucional

Un centro de coordinación debe instrumentalizar el aporte de cada una de las agencias en términos de recursos, personal e infraestructura, entre otros.

Los acuerdos de cooperación o convenios interadministrativos suelen ser muy buenos instrumentos para poner en marcha estos centros, así como para definir el papel de cada entidad, la forma de tomar decisiones y de solucionar diferencias.

Entre los elementos de un convenio de esta especie se pueden enunciar los siguientes:

- **Dotación de personal y estructura**

Dentro de un Convenio, cada agencia del centro de coordinación de derechos de propiedad intelectual debe delinear su compromiso recurso humano y qué estructura de liderazgo adoptará.

- **Dirección**

En las primeras etapas de construcción de un centro de coordinación de derechos, las agencias participantes deben decidir qué agencia ocupará el cargo de director y por cuánto tiempo. Puede ser que las agencias participantes decidan crear direcciones rotativas.

Además del rol del director, cada agencia debe definir cuál es su participación en cada gestión y cuál es la cadena de mando.

Cada agencia puede querer mantener una estructura interna de liderazgo para su personal. En este caso, las agencias mantienen la supervisión administrativa diaria de su personal. Esta estructura es empleada por las agencias que participan en el Centro de DPI de EE. UU.

En cualquier escenario, cada agencia debe documentar los puestos que proporcionará anualmente, incluso denotando la estructura de supervisión.

- **El intercambio de información**

Uno de los mayores activos de un centro de coordinación de derechos de propiedad intelectual será su capacidad para actuar como centro de intercambio de información, no solo para todos sus miembros, sino también para la observancia de la ley de PI por parte de las entidades públicas y la industria privada.

Se deben establecer centros de coordinación de derechos de PI para recibir informaciones de cualquier fuente, incluida una línea telefónica abierta o sitios web dedicados a ello. El personal del Centro de DPI se asegu-

rará de que se establezcan conexiones entre los titulares de derechos y agentes de campo específicos que investigan el caso. En general, cuando se trabaja en un grupo de trabajo como dentro de un centro de coordinación de IP, los representantes de la agencia son respetuosos de cada autoridad y jurisdicción, por lo que generalmente no hay problemas con intercambio de información entre miembros. Sin embargo, los convenios interadministrativos pueden documentar estos procesos.

- **Obligaciones financieras**

Dentro del Convenio, cada agencia puede decidir documentar una obligación o compromiso anual de fondos. Los gastos de cada agencia estarán sujetos a sus procesos presupuestarios y la disponibilidad de fondos y recursos de acuerdo con la legislación vigente, regulaciones y políticas.

- **Comunicaciones y relaciones públicas**

La comunicación del desempeño del Centro de Coordinación ante el gobierno y los medios de comunicación es fundamental para obtener apoyo continuo y futuro dentro de un país. Las relaciones públicas y los eventos relacionados con la prensa promueven el éxito del centro de coordinación de los derechos de propiedad intelectual.

El personal de relaciones públicas puede ser clave para educar al público y a los consumidores sobre los peligros de los productos falsificados. Es probable que cada agencia tenga sus propias relaciones públicas o personal de asuntos públicos, o el centro de coordinación de derechos de propiedad intelectual puede querer dedicar una oficina atendida por múltiples agencias.

En cualquier caso, la coordinación y la comunicación entre agencias será fundamental.

- **Mecanismo de revisión**

Incluso después de que un centro de coordinación de IP comienza a tomar forma y se definen los roles, queda un potencial de participación de los miembros para aumentar o disminuir su número.

Misión concreta y clara

Un centro de coordinación de derechos de propiedad intelectual debe establecer y documentar inicialmente su misión.

Un resumen formal de los objetivos y valores del centro, que claro está pueden ir evolucionando según lo exijan las condiciones existentes.

Liderazgo (Un Zar de la PI)

El puesto de director de un centro de coordinación de PI normalmente será ocupado por uno de las agencias participantes.

Además de un director, cada agencia participante puede querer tener a sus propios directores de PI como líderes del centro de coordinación, de suerte que podrán desempeñar funciones de subdirección (recuérdese la división entre observancia e inteligencia).

Algunos ejemplos de las responsabilidades de liderazgo de un director incluyen:

- Desarrollar un plan estratégico anual y establecer metas para el centro.
- Asegurarse de que cada agencia dedica suficientes recursos.
- Organizar y presidir reuniones estratégicas con partes interesadas.
- Establecer un presupuesto anual.
- Asegurar que se cumplan las obligaciones financieras.
- Realización de entrevistas con los medios y conferencias de prensa.
- Participar en compromisos de exposición pública.
- Proporcionar insumos para iniciativas legislativas cuando sea necesario.

Operatividad

Además de las investigaciones diarias de los investigadores de campo y las inspecciones de aduanas. Los centros de coordinación deben adelantar trabajos estratégicos y específicos o sectoriales que les ayuden a ser efectivos y ejemplarizantes.

Por ejemplo, pueden enfocarse en sectores productos que implican riesgo a la salud o seguridad. Pero también siguiendo modelos como el de Corea del Sur o el de Estados Unidos que mantiene sub divisiones que se especializan en sectores industriales y que, de la mano con el sector privado, dedican sus esfuerzos a combatir permanentemente la piratería en esos sectores.

La anterior es tal vez la mejor práctica posible, pues si se centra los recursos en un sector, según una circunstancia, el crimen organizado enfilará los propios para falsificar en otros sectores menos vigilados. Al final del día, el objetivo de la falsificación no es proveer o suplir una necesidad sino un mercado para obtener dinero.

Cooperación Internacional

Esto incluye trabajo con entidades internacionales encargadas de la observancia de los DPI, como las de la Organización Mundial de Aduanas, INTERPOL, EUROPOL y cualquier país que haya reconocido la necesidad de colaborar internacionalmente.

Indicadores de gestión

Este es quizás uno de los más importantes aspectos de un Centro de Coordinación. El Levantamiento de datos que permita identificar tendencias, casos, situaciones, etc. es fundamental para la definición de políticas, estrategias, modificaciones legislativas y medición de desempeño.

Será también fundamental que los indicadores se basen en situaciones objetivas que reduzcan al máximo matices, pero también falsos positivos o falsos negativos.

Participación del sector privado

Al establecer un centro de coordinación de PI, es esencial contar con una industria privada que apoye al centro de coordinación de PI y sus agencias participantes para garantizar la colaboración conjunta.

Esta colaboración debe incluir reuniones periódicas donde la inteligencia es compartida, incluyendo pistas de investigación, la identificación de delincuentes y sus organizaciones, tendencias de falsificación y la introducción de nuevos productos falsificados

Además, deben existir líneas de comunicación abiertas entre el gobierno y el sector privado. Las empresas deben ser fácilmente accesibles por parte de los funcionarios de aduanas para tomar decisiones oportunas con respecto a la autenticidad de productos por parte de los inspectores de aduanas *in situ*.

ii) Unidades investigativas especializadas

Police Intellectual Property Crime Unit (PIPCU)

Es un departamento de la policía de la ciudad de Londres, la fuerza líder nacional para el fraude. Fue establecido en 2013 con la responsabilidad de investigar y disuadir delitos graves y organizados de propiedad intelectual en el Reino Unido. Parte del mandato de PIPCU es proteger a los consumidores de daños, enfocándose en delitos de propiedad intelectual que tienen implicaciones de seguridad pública.

Desde su inicio, ha investigado delitos de propiedad intelectual por un valor de más de £ 100 millones en relación con productos falsificados

o piratería digital, y ha suspendido más de 30,000 sitios web que venden productos falsificados.

Los Angeles Police Special Enforcement Section, Piracy Unit

La Unidad de Piratería tiene la tarea de investigar los delitos de piratería / propiedad intelectual en toda la ciudad de Los Ángeles. Sus responsabilidades incluyen la observancia frente a delitos de propiedad intelectual en establecimientos minoristas / mayoristas que participan en la fabricación, venta y distribución de mercancías falsificadas.

Desde el inicio de la Unidad de Piratería, la unidad ha recuperado más de \$USD 129,000,000 en propiedades falsificadas, llevado a cabo más de 240 operaciones de orden de allanamiento y ha arrestado a más de 730 sospechosos.

Aduana de Corea del Sur

El Servicio de Aduanas de Corea en coordinación con la Asociación de Protección de DPI relacionada con el Comercio (TIPA) y la Oficina de Aduanas Internacional (Postal) del Aeropuerto de Incheon informó un aumento en las incautaciones de pequeños envíos en 2018, debido principalmente en parte a su colaboración con TIPA y la Oficina de Aduanas Postal.

El servicio postal incautó los bienes, mientras que TIPA ayudó a procesar los artículos, agrupándolos por industria y contactando a los propietarios de las marcas correspondientes. Como resultado del aumento de las incautaciones por parte de la oficina de aduanas postales, se incautaron 3.100 artículos y 5 distribuidores nacionales fueron acusados de contrabando. En total, el número de incautaciones de DPI aumentó de 11.384 en 2017 a 52.423 en 2018 por el Servicio de Aduanas de Corea.

TIPA es una organización de membresía sin fines de lucro que se formó en 2006 bajo la autoridad de KCS y brinda servicios para sus miembros, incluyendo, entre otros, la programación de visitas in situ y la organización de sesiones de capacitación para funcionarios de aduanas.

Estados Unidos

En el año fiscal 2018, CBP de EE. UU. Realizó 33, 810 incautaciones por un total de \$ 1.4 mil millones. Investigadores de Seguridad Nacional arrestaron a 381 personas y recibieron 260 condenas relacionadas con crímenes de DPI. El éxito de CBP de EE. UU. se debe en parte a la coordinación a través del

Centro Nacional de DPI de EE. UU. y los Centros de Excelencia y Experiencia de CBP (CEE). Los 10 CEE fueron creados por CBP de EE. UU. para armonizar y modernizar las prácticas en los puertos a través de un enfoque específico de la industria. Cada uno de los 10 CEE cubre un grupo industrial específico con el fin de proporcionar asistencia personalizada a los propietarios de marcas y especialistas en importación en todo el país.

Los 10 CEE y sus ubicaciones son: 1) San Francisco: indumentaria, calzado y textiles; 2) Los Angeles– Electrónica; 3) Laredo–Maquinaria; 4) Houston–Petróleo, gas natural y minerales; 5) Atlanta– Productos de consumo; 6) Miami– Agricultura y productos preparados; 7) Chicago– Materiales base; 8) Detroit– Automotriz y aeroespacial; 9) Buffalo– Materiales industriales y de fabricación; 10) Nueva York– Farmacia.

iii) Procesos civiles ágiles, flexibles y acordes con la dinámica de la PI

Es deseable un régimen de acciones civiles ágiles, con pocas etapas procesales, medidas cautelares de urgencia sin audiencia de la contra parte y desimpregnado del ritualismo civil. Si bien no existe un tiempo unificado para procedimientos civiles o para medidas cautelares, las mejores prácticas sugieren que un tiempo estimado de entre 12 y 18 meses para el procedimiento y entre 2 días y dos semanas para las medidas cautelares.

Es aconsejable que la invalidación o nulidad del derecho que se pretende proteger en la demanda sea una opción de defensa del demandado.

Se espera un sistema que permita la indemnización preestablecida de daños y perjuicios.

Igualmente, es también deseable el establecimiento de un sistema de solución alternativa de controversias así como una jurisdicción especializada en materia de Propiedad Intelectual, pues la Propiedad Intelectual se convertirá en el centro de sus actividades y, por tanto, será prioritaria, en contraposición a jurisdicciones generales (ordinarias) en las que no se le brinda el lugar que le corresponde.

3. Comercialización

a. Situación actual

Mediante la Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos N°8131 se obliga a la utilización de las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público N° 38 (NIC 38) Activo Intangibles, en la adquisición de activos intangibles adquiridos en una combinación de negocios en el que se vea involucrado el sector público. Por lo tanto, no es de aplicación obligatoria para la valorización de intangibles en el sector privado, sin embargo, podría aplicarse de manera supletoria para determinar el valor de estos.

Adicionalmente, podemos mencionar que la Ley de Garantías Mobiliarias establece hoy en día la posibilidad de dar como garantía, para un crédito, activos intangibles. Si bien se pueden utilizar estos activos como garantías, no parecen aplicarse los estándares hoy conocidos y creados mediante las normas ISO 20671 y 10668, lo cual a su vez hace muy difícil el acceso a créditos por parte de las pequeñas y medianas empresas. Dicho sistema no funciona de la mejor manera, su implementación ha sido difícil y el registro de información es algo engorroso. Por ejemplo, a la hora de hacer debidas diligencias no es claro ni seguro la anotación sobre los activos dados en garantía.

... diferente conceptualización que se le da a las marcas desde la perspectiva contable, de mercadeo y legal...

Finalmente, a nivel tributario tampoco existe normativa que defina cómo valorar este tipo de activos. Quizás una de las principales causas de la dificultad en la aplicación de los estándares de valoración de activos intangibles, y principalmente en relación con las marcas, es la diferente conceptualización que se le da a las marcas desde la perspectiva contable, de mercadeo y legal. Así, cada equipo al interior de una empresa así como cada agente del mercado le atribuye un valor diferente según su visión.

Por ejemplo, la ISO 10668 define el valor de la marca corresponde al valor económico total de ella medido en unidades monetarias transferibles.

Por su parte la ISO 2071 lo define como la apreciación o valor de la marca como activo para una empresa.

b. Indicadores de base

Ahora bien, la falta de estabilización y certeza en la valoración de los activos intangibles también se presenta como un obstáculo para su comercialización o explotación económica.

Por ende, creemos que las líneas de base para un posible Plan Estratégico deberían estar orientadas a levantar la siguiente información:

•	¿Tiene Costa Rica expertos en valoración de activos intangibles?
•	¿Tiene Costa Rica una oferta de capacitación en valoración de activos intangibles y de PI?
•	¿Tiene Costa Rica oferta de capacitación en Comercialización de PI?
•	¿Son los modelos de Financiamiento coherentes con las empresas de base tecnológica e innovadoras?
•	¿Existe intensidad de aplicación de los activos intangibles en los regímenes legales y jurídicos del país que regulan las transacciones y situaciones de mercado?
•	¿Existen tasas de retornos aceptables producto de la Investigación y el Desarrollo?
•	¿Existen actividades mercantiles basadas en Costa Rica y que son el resultado de I+D?
•	¿Existe colaboración entre el sector investigador y las empresas?

Con los anteriores indicadores o interrogantes se busca evaluar y cuantificar los posibles costos implícitos de transacción asociados con el crédito con garantías basadas en intangibles, con el fin de contribuir a la transparencia y confianza del mercado en términos del precio de los activos intangibles, suficiencia de oferta y demanda, calidad de valuación estabilizada y la disponibilidad de información de productos y agentes del mercado.

Se hace necesario revisar el marco legal existente y sus posibles limitaciones o necesidades de complementación, con el objetivo de contribuir a reducir aún más los costos de transacción basados en intangibles tanto a las entidades financieras como a los usuarios.

Evaluar posibles mecanismos de gobernanza institucional que permitan desarrollar las competencias e implementar las acciones necesarias que conduzcan a una dinamización del crédito para este tipo de sectores.

c. Recomendaciones

Las respuestas a las anteriores preguntas darían como resultado las consecuentes recomendaciones, las cuales seguiríamos en el mismo orden:

•	Creación de actividades de capacitación formal en valoración de activos intangibles y comercialización de PI.
•	Modelos piloto de financiación a empresas de base tecnológica e innovadoras.
•	Promover el reporte de activos intangibles en Costa Rica.
•	Creación de un sistema institucional que le brinde al comercio y a los sectores interesados, como el financiero y los fondos de inversión, la confianza y transparencia que permita facilitar los costos de transacción.
•	Incentivos fiscales para ubicar las empresas de I+D en Costa Rica.
•	Desarrollar plataformas para seguimiento de la PI y sus rendimientos.
•	Mejorar el acceso a mercados o información de mercados de intangibles.

4. Marco legal

Costa Rica cuenta con un sistema de protección y vigilancia de derechos de propiedad intelectual e industrial bastante completo. A lo largo de los años, este sistema se ha venido actualizando y ajustando a las necesidades reales de los usuarios. En los últimos dos años se han tenido reformas importantes, como por ejemplo la incorporación de prueba y peritaje en audiencias ante el Tribunal Registral Administrativo, o la reforma al proceso de solicitud de una marca notoria. A pesar de los grandes esfuerzos realizados, el sistema aún necesita mejoras en aras de brindar no solamente una mayor protección a estos derechos sino para que el manejo de los instrumentos de protección por parte de los usuarios sea más amigable y que estos no incurran en gastos excesivos que les perjudique su economía, sobre todo cuando se habla de empresas pequeñas y medianas.

... Costa Rica cuenta con un sistema de protección y vigilancia de derechos de propiedad intelectual e industrial bastante completo...

Ahora bien, creemos que al igual que en la metodología utilizada por la Oficina de Singapur, el marco legal debe ser estudiado a la luz de los objetivos trazados en la política. Así, será necesario determinar si éste permite la incorporación de las líneas de acción o si por el contrario se trata de un obstáculo, superable o no.

Sin perjuicio de lo anterior, a modo de insumo, nos permitimos aportar los siguientes contenidos que tanto la *International Trademark Association* –INTA– como la *Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual* –ASIPI– han construido a lo largo de los años gracias a las experiencias recogidas en más de 150 jurisdicciones. Toda esta información y conocimiento les ha permitido a estas dos Asociaciones asumir posiciones sobre cuáles son las mejores prácticas en el mundo para la protección de PI y cuáles son los procedimientos que pueden mejorar la interacción entre los actores del entorno de la PI con las Autoridades. Estas posiciones y leyes modelos se encuentran identificadas más abajo en este documento, pero las hemos resumido de esta manera:

a. Acceso / Registro

i. **Trámite simplificado y automatizado**

La accesibilidad a la información y la capacidad transaccional del sistema actual del Registro de la Propiedad Industrial es muy limitada y no se compadece con la transaccionalidad virtual que reina hoy en el país, ni con una cultura de simplificación.

En efecto, una prioridad del Plan Estratégico debería ser la automatización del Registro de Propiedad Industrial, de suerte que se permitan adelantar el 100% de las operaciones o procedimientos legalmente establecidos, así como la posibilidad de consultar los procesos y toda la información (excluyendo la confidencial) que reposa en lo que es un Registro Público, de suerte que además esta información sea la misma tanto para los funcionarios como para los usuarios, de suerte que exista una mayor predictibilidad.

La crisis del COVID-19 evidenció un claro atraso en esta materia por parte del Registro, con las consiguientes complicaciones, tanto para los usuarios como para las Autoridades, para cumplir con las exigencias legales que tienen que ver con el aporte de documentos y el adelantamiento de los trámites administrativos.

Es difícil referirse a este tema pues el Registro es quien conoce mejor su situación financiera y quien puede revisar la posibilidad que existe de adquirir o crear un *software* propio, que se adapte a las necesidades de la institución.

De hecho, sería recomendable que se hiciera un estudio que compare los costos de adquisición de diferentes posibilidades de *software* que existen en el mercado o la producción de uno propio frente a los costos de adaptación del sistema que ofrece OMPI y su asistencia técnica, pues se tienen experiencias en las cuales resulta inclusive más costosa esta segunda opción.

Igualmente, la creación de un sistema 100% electrónico permite insistir en que Costa Rica es miembro del Tratado de Derecho sobre Marcas (TLT) según el cual los países se obligan a no exigir sino un máximo de formalidades. Así, el TLT establece que sus signatarios no debe exigir notarización o legalización de los documentos de Poder, ni certificaciones de existencia o representación legal de las empresas solicitantes, como tampoco notarizaciones o legalizaciones de otros documentos, salvo cuando se esté renunciando a un derecho.

Por lo tanto, no sería necesario cambiar el régimen legal existente para posibilitar un sistema electrónico, pues ya el TLT lo habilita.

ii. Incentivos administrativos /fiscales

A nivel de Oficina de Patentes existe una tasa diferenciada para la solicitud de patente si se trata de una PYME, lo cual no sucede con las marcas. Un incentivo de descuento, por ejemplo, en la tasa de solicitud o de renovación de marcas podría dar auge a los trámites de solicitudes de marcas por parte de PYMES.

iii. Sostenibilidad financiera

El Registro de Propiedad Intelectual tiene autonomía financiera; sin embargo, la distribución de sus fondos está definida por ley de la siguiente manera:

- a) Un cuarenta por ciento (40%) para la Editorial Costa Rica, el cual será destinado de conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 2366, de 10 de junio de 1959 y sus reformas, en calidad de subvención estatal.
- b) Un diez por ciento (10%) para la Editorial del Instituto Tecnológico de Costa Rica, para la producción de obras en ciencia y tecnología.
- c) Un treinta por ciento (30%) para sufragar la totalidad de los gastos anuales que requiera el Registro de la Propiedad Industrial del Registro Nacional. Este Registro presentará el presupuesto anual correspondiente, ante la Junta Administrativa del Registro Nacional para su aprobación y debida ejecución.

... sería recomendable analizar la posibilidad de establecer los porcentajes de distribución en virtud de los objetivos concretos y medibles que se tracen periódicamente...

- d) Un veinte por ciento (20%) para la investigación y capacitación en materia de propiedad intelectual, asignado a la Junta Administrativa del Registro Nacional. Para efectos presupuestarios, estas inversiones serán excluidas de los límites y las directrices del gasto presupuestario y efectivo anual que el Ministerio de Hacienda asigne al Registro Nacional, y este último las presupuestará por separado del presupuesto ordinario de la Junta Administrativa del Registro Nacional, sin que estén sujetas a ningún límite del gasto presupuestario por parte de la Autoridad Presupuestaria¹⁶.

Si bien es una muy buena práctica que Costa Rica establezca por ley el destino de los recursos recaudados por tasa, sería recomendable analizar la posibilidad de establecer los porcentajes de distribución en virtud de los objetivos concretos y medibles que se tracen periódicamente.

En efecto, se podría revisar si el 40% destinado a la editorial supone un retorno en términos de crecimiento del sistema de Propiedad Intelectual o si el 10% para obras de ciencia y tecnología genera un retorno en solicitudes de patentes u otros derechos de PI. O, por ejemplo, si ante la necesidad

16. Artículo 95 de Ley 7978, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos de Costa Rica.

de modernización del sistema el 30% sea suficiente para la adquisición o creación de un *software* propio.

b. Procedimientos

i. Extensiones o plazos

ASIPI e INTA han advertido como una buena práctica la permisión de plazos de congelamiento de los procesos de oposición, a petición de las partes, a fin de que éstas puedan entrar en diálogos o soluciones alternativas a su conflicto.

La práctica en diferentes jurisdicciones ha demostrado que el número de oposiciones que se resuelven en términos acordados entre las partes es mayor que el número de oposiciones decididas sobre el fondo por las autoridades, lo cual permite en consecuencia reducir los costos para las partes involucradas, así como los tiempos de resolución.

Esta práctica ha mostrado beneficios, entre ellos:

- | | |
|---|--|
| • | Ahorro de tiempo y dinero para las partes. |
| • | Descongestión de despachos judiciales. |

En el caso de Costa Rica, la ley marcaría no brinda la posibilidad de que las partes interesadas puedan optar por un plazo o hasta un acuerdo en el cual se les permita negociar o llegar a un entendimiento fuera del proceso iniciado ante el Registro. Por lo cual, esta recomendación resulta de interés para el país, su implementación beneficiaría a cada una de las partes que intervienen en el proceso, y resultaría de gran ayuda para la carga de trabajo que tiene hoy en día el Registro de la Propiedad Industrial.

ii. Decisiones por indicios en contra de la parte que no actúa (allanamientos)

Es de suma importancia que las jurisdicciones brinden la oportunidad a los titulares de las marcas la acción de oponerse al registro de nuevas solicitudes marcarias, así como la oportunidad de cancelar el registro de una marca iniciando un procedimiento de cancelación, basados en cualquier motivo permitido por ley.

Por su parte, es necesario también que se garantice la participación del titular de las marcas en todos los aspectos del proceso, desde su solicitud y durante el mantenimiento de sus derechos con posterioridad al registro.

Sin embargo, estos trámites tienen sus límites. Si la Oficina de Marcas notifica de manera correcta al titular de una marca que ésta ha sido objetada,

exigirle al Registro una revisión de alcance total de un procedimiento de oposición o cancelación, a pesar de que, el titular de la marca impugnada no responda luego de su debida notificación, representaría una carga excesiva para la Oficina de marcas o los recursos judiciales, e impone demoras indebidas en el proceso, por lo que, se insta a las jurisdicciones a permitir que se emitan resoluciones finales por incumplimiento en procedimientos de oposición y cancelación, cuando las partes no han respondido oportunamente (silencio positivo).

En Costa Rica, la legislación marcaria brinda la garantía de que el titular de una marca participe plenamente en todos los aspectos del proceso de solicitud de su marca y en el mantenimiento de sus derechos, tal y como lo recomiendan las dos Asociaciones que avalan este documento. Así mismo, la ley asegura que al titular de la marca que se pretende cancelar, o bien, se presente una oposición a su registro, se le notifique, incluso se exige una publicación de aviso en el Diario Oficial, cuando no se cuenta con un domicilio para ser debidamente notificado al titular.

... tal aplicación aliviaría la carga de trabajo con que
cuenta el Registro en la actualidad...

En el caso de las cancelaciones de marca, luego de verificar que se cumpla con lo establecido por la ley respecto a las notificaciones, el Registro procederá a emitir su resolución valorando en forma razonada las pruebas correspondientes, en caso de que el titular de la marca previamente registrada no conteste dentro del momento oportuno, de igual forma el Registro procederá a valorar la prueba con la que cuenta en el momento, para así poder resolver de forma definitiva la solicitud, a pesar de que la carga de la prueba recaiga sobre éste.

Por su parte, las oposiciones al registro de marcas, luego de la debida notificación al titular de la nueva marca solicitada, y en caso de que dicha parte no conteste en tiempo, el Registro de la Propiedad Industrial resolverá la solicitud, valorando en forma razonada las pruebas correspondientes.

Actualmente la legislación costarricense, no contempla la recomendación que hacen la INTA y ASIPI de brindar la opción a la Oficina de Marcas de resolver tales solicitudes por medio de una resolución por incumplimiento

en procedimientos de oposición y cancelación, cuando las partes no han respondido oportunamente. Esta recomendación amerita su valoración para su aplicación considerando la tutela de los derechos de terceros, ya que, tal aplicación aliviaría la carga de trabajo con que cuenta el Registro en la actualidad, así como una reducción en gastos.

iii. Procesos sumarios en solicitudes repetidas

Es una realidad que los solicitantes pueden, y a veces lo hacen, presentar una solicitud idéntica o muy similar con marcas que se encuentran previamente registradas, y este hecho puede ocurrir varias veces a un mismo signo, lo que lleva a titulares de marcas a procesos de cancelación u oposición sobre la misma marca en reiteradas ocasiones. Estos casos sin duda generan reiteradas molestias, desperdicio en tiempo y recursos, creando en consecuencia una carga injustificada tanto para el titular del derecho como para la Oficina de Marcas y los órganos judiciales de la jurisdicción correspondiente.

Tomando en consideración este posible escenario, se sugiere que los países adopten medidas que eviten reiterados procesos sobre un mismo tema, como los siguientes:

- Un procedimiento oficial que permita al propietario de los derechos previamente registrados, presentar una Objeción, relacionada con la supuesta repetición del caso y que requiera que los registradores consideren dicha objeción durante el análisis; y / o
- Alguna forma de procedimiento sumario en los procedimientos de oposición que involucren presentaciones repetidas, para permitir que el asunto sea llevado a una audiencia acelerada (si es necesario o aplicable) y decisión.

En vista de que la ley marcaría costarricense no contempla este escenario en particular, sería procedente contemplar su aplicación dentro de nuestra jurisdicción, esto sin duda ahorraría tiempo y dinero tanto para el titular de la marca, así como para el Registro de la Propiedad Industrial.

Sumado a lo sugerido por INTA, es importante en este caso establecer el tiempo que debe de existir dentro del último proceso de oposición o cancelación presentado y el nuevo, para que sea considerado un “proceso repetitivo” sobre una misma marca. A partir de esto, se puede determinar qué otros parámetros debe cumplirse para que el titular de la marca objetada,

defienda su registro alegando que se trata de un proceso repetitivo, basado en los mismos hechos, que ya en el pasado fue fallado a su favor, razón por la cual no es necesario una nueva defensa ni análisis de fondo por parte del Registro.

iv. Mala fe

Los países tienen la obligación general de proteger la integridad del registro de marcas registradas en su jurisdicción, prevenir la piratería de marcas registradas y otros casos claros de apropiación indebida, así como evitar conflictos entre derechos y la posible confusión del consumidor.

Sin embargo, la realidad de muchos propietarios de marcas es que, por cuestiones relacionadas a sus recursos económicos, no pueden registrar sus marcas en todas las jurisdicciones del mundo, lo cual provoca que terceros registren marcas idénticas a las suyas apropiándose de su reconocimiento en el mercado, hecho que debe considerarse como mala fe.

Lo anterior hace necesario que se establezcan con claridad los requisitos para que se tipifiquen las solicitudes o registros de mala fe para minimizar cualquier riesgo de que un solicitante legítimo de una marca se vea privado de sus derechos en función de un hallazgo de mala fe.

Reiteramos la importancia de permitir a los propietarios de marcas involucrarse en la prevención de la piratería y otros casos claros de apropiación indebida de marcas que sean idénticas o sustancialmente idénticas a las del propietario original, independientemente de la jurisdicción en la que se solicita el registro, siempre que la mala fe se interprete estrictamente para conductas que violen las normas de comportamiento comercial honesto y justo.

En tal sentido, se recomienda establecer los siguientes requisitos para reconocer la mala fe:

- El solicitante conocía los derechos o intereses legítimos de un tercero en una marca idéntica o sustancialmente idéntica a la marca solicitada, cuando dicho conocimiento es real o puede inferirse de las circunstancias.
-
- La conducta del solicitante del registro es incompatible con las normas de comportamiento comercial razonable, honesto y justo.

Sumado a lo anterior, se sugiere considerar la siguiente lista no exhaustiva de factores para determinar si la conducta del solicitante del registro puede considerarse como mala fe:

- Si la marca fue solicitada o registrada principalmente para apropiarse de una marca registrada reconocida en otras jurisdicciones o para interrumpir el negocio de un competidor;
- Si la marca fue solicitada o registrada principalmente para vender, licenciar o transferir el registro a la parte que se opone o intenta cancelar una marca o a un competidor de esa parte;
- Si la marca fue solicitada o registrada principalmente para impedir que la parte que se opone o trata de anular, adquiera derechos de marca en la jurisdicción en la que se presentó la solicitud
- Si el solicitante del registro solicitó / registró la marca con la intención de crear confusión en cuanto a la fuente, el patrocinio, la afiliación o el respaldo de los productos o servicios del registro;
- Si el solicitante del registro hizo, a sabiendas, declaraciones falsas en relación con la solicitud/registro de la marca;
- Si el solicitante del registro ha seguido un patrón de solicitud / registro de marcas en el que no tenía ningún interés legítimo;

Todas las anteriores recomendaciones ameritan ser valoradas para su aplicación a la hora de resolver estos casos en el país, ya que, actualmente no se cuenta con una lista taxativa que permita identificar cuando un tercero procede de mal fe en el registro de una marca, dejando su valoración a la subjetividad del registrador.

v. Requisitos para cancelar marcas totales o específicos

La cancelación de las marcas que ya no están en uso es deseable y el proceso debe ser accesible con un mínimo esfuerzo, para mantener un registro fehaciente, así como un registro de marcas limpio y eficiente. Se reconoce que las marcas registradas no utilizadas son una barrera para el registro de nuevas marcas, lo que restringe la competencia y

crea un Registro desordenado que no refleja con precisión la realidad comercial.

En tal sentido, los propietarios de marcas registradas están obligados al uso de estas en el comercio, ya que la protección continua de sus derechos de registro solo debe estar disponible para las marcas realmente utilizadas.

Por tal razón, se reconoce que establecer requisitos muy onerosos para la cancelación de marcas en desuso impiden el progreso de las acciones de cancelación por no uso, obstaculizando así los objetivos de mantener un registro limpio y garantizar un proceso de cancelación eficiente.

La legislación de Costa Rica permite las acciones de cancelación de marca por no uso, pero ellas pueden ser bastante onerosas para los solicitantes ya que no se tiene un sistema electrónico que mantenga la información del titular del registro actualizada.

Por lo tanto, es recomendable la modificación de requisitos de notificación a titulares que no han cumplido con su debida diligencia de informar al Registro sus afectaciones, así como la creación de un sistema electrónico que facilite la comunicación entre las partes y con el Registro.

vi. Estandarización de procesos

Se sugiere la elaboración de Guías y/o Directrices en temas variados para que la Oficina de Marcas y Patentes de Costa Rica pueda estandarizar el examen de solicitudes de registro y trabajar en la resolución de los casos, independientemente de la permanencia o no de los funcionarios en las instituciones.

c. Leyes y Guías Modelo

En el evento en que las recomendaciones anteriormente indicadas fuesen de interés para el lector, a continuación presentamos a modo de insumo los vínculos a los textos de leyes, normas y manuales modelo que han sido utilizados como fuente documental para elaborar este estudio que busca ser un instrumento de apoyo para que las Autoridades de Costa Rica puedan construir sus estrategias para la protección de la propiedad intelectual, en consonancia con las mejores prácticas de la materia conocidas hasta ahora por los expertos en el mundo.

Diseños Industriales

- <https://www.inta.org/Advocacy/Pages/2019%20Model%20Design%20Law%20Guidelines.aspx>

- **Marcas:**
<https://www.inta.org/Advocacy/Documents/2019/INTA%20Model%20Trademark%20Law%20Guidelines%20v2019.docx>
<https://www.inta.org/Advocacy/Pages/Revision-of-the-Model-Trademark-Law-Guidelines.aspx>
- **Modelos de guías para examen de registro:**
https://www.inta.org/TMR/Documents/Volume%2093/vol93_no1_a16.pdf
- **Guías para interpretar normas de observancia:**
<https://www.inta.org/PDF%20Library/INTAModelAnticounterfeitingBillGuide.docx>

Además de estos recursos, INTA y ASIPI se ofrecen a suministrar los materiales y contenidos que la CIPPI requiera según la materia a analizar, ya que su objeto social es precisamente acompañar a sus miembros y a los Estados en la creación y mantenimiento de cada vez mejores sistemas de propiedad intelectual que beneficien a sus titulares y a la sociedad.

5. Índice de abreviaturas

ALC	América Latina y el Caribe
ASIPI	Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual
CIPPI	Comisión de Enlace Interinstitucional para la Protección y Promoción de la Propiedad Intelectual
ENPI	Estrategia Nacional de Propiedad Intelectual de Costa Rica
INTA	International Trademark Association
IPR	National Intellectual Property Rights Coordination Center
OMPI	Organización Mundial de Propiedad Intelectual
PI	Propiedad Intelectual

6. Conclusiones generales

El presente documento fue elaborado por la *International Trademark Association – INTA–* y la *Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual –ASIPI–*.

Contiene una serie de análisis y recomendaciones basadas en la experiencia que estas Asociaciones han adquirido a lo largo de los años en América Latina y el mundo, en materia de protección a la propiedad intelectual.

La función primordial de este estudio es apoyar al Gobierno de Costa Rica en la construcción de una Estrategia Nacional de Propiedad Intelectual, basada en indicadores internacionales, estudios de derecho comparado y mejores prácticas en la materia que se aplican en el mundo.

De cualquier forma no es la primera vez que Costa Rica se enfrenta a esta labor. El país cuenta con una Estrategia de Propiedad Intelectual denominada ENPI desde hace casi una década. Precisamente al respecto, lo primero que se propone es adelantar una revisión a la misma para dilucidar si las acciones recomendadas allí fueron seguidas y cuál fue su impacto.

En el marco de ese seguimiento y dada la importancia de los indicadores para medir la efectividad de las políticas, en la **Primera Parte** de este documento se presentan con detalle varios referentes que pueden servir de base para que la CIPPI fije unos objetivos claros y concretos en la Estrategia que se concretará a futuro. Entre ellos mencionamos los siguientes:

- Estudio INTA–ASIPI sobre el impacto de las marcas en diez países de América Latina y el Caribe: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá, Perú y República Dominicana.
- Índice Global de Innovación, que clasifica los resultados de la innovación de unos 130 países y economías de distintas regiones del mundo, sobre la base de más de 80 indicadores.
- Estadísticas de la OMPI, las cuáles, aunque muestran que Costa Rica ocupa casi siempre lugares destacados, aun puede mejorar en indicadores como la exportación de marcas o país destino de ellas.

La **Segunda Parte** de este estudio se refiere a varios aspectos de la PI en Costa Rica que ameritan un análisis independiente. Se dividen en 4 grandes grupos para facilitar su estudio:

1.	Comunicación y divulgación
2.	Protección y observancia
3.	Comercialización
4.	Marco legal

1. Comunicación y divulgación de políticas

En este grupo contemplamos las siguientes iniciativas:

- “Mis creaciones valen” es un programa desarrollado por el Registro Nacional en el ámbito escolar. Este proyecto presenta unas cifras positivas en cuanto al número de entidades educativas y estudiantes a quienes ha llegado, por lo que es un ejemplo a seguir en cuanto a comunicación y divulgación de políticas de PI.
- PYMES Costa Rica Venta Única para PYMES. Este portal lleva un registro de la PYMES, así como del número de ellas que se encuentran activas. Al 29 de febrero de 2020 había aproximadamente 20.000 PYMES activas, y un número equivalente de inactivas, según los datos de ese registro. Actualmente la Propiedad Intelectual es un elemento que se menciona en la promoción para las PYMES, pero no hay una capacitación permanente ni accesible para este sector.
- Sistema Banca para el Desarrollo (SBD). Se resalta la función del SBD de otorgar avales o garantías, pues podría servir de base para un programa de bienes de Propiedad Intelectual como garantía en los proyectos de financiación a PYMES.
- FODEMIPYME. Al igual que el SBD, este Fondo podría imitar alguno de los programas mostrados como referentes en otros países para el financiamiento en la protección y explotación de intangibles como la PI.
- Referentes internacionales en Academias y programas de Fomento a la PI. En este documento se presenta una relación de las academias de PI de las Oficinas de diferentes países del mundo, así como algunas iniciativas o programas encaminados a fomentar la cultura de la PI.
- Formación poder legislativo *TM Caucus*. Se propone la creación de Comisiones expertas en PI en el legislativo orientada a desarrollar un sólido conocimiento de la materia entre sus miembros.

2. Protección / Observancia

Si bien Costa Rica cuenta con leyes especiales en materia de observancia de

derechos de Propiedad Intelectual, así como autoridades penales y aduaneras en la materia, persisten algunos problemas relacionados con algunos temas tales como incongruencia entre leyes aduaneras, penales y especiales de PI; altos costos para la observancia de los derechos; políticas aisladas e interinas por parte de cada entidad, y otros.

En este estudio se relacionan algunos “Referentes Internacionales en política e institucionalidad de observancia” tales como el Centro de Coordinación de Derechos de Propiedad Intelectual (EE.UU), la Coalición coordinada contra los crímenes contra la Propiedad Intelectual IPC3 (Europa), Grupo Líder de Lucha contra las infracciones a las leyes y regulaciones de Propiedad Intelectual (China), Unidad Especializada en Investigación de Delitos Contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial (México), porque de ellos puede extraerse información útil para Costa Rica.

En este punto recomendamos la creación de un *Centro de Coordinación de Observancia de Propiedad Intelectual* que sería una unidad singular de coordinación entre las diferentes industrias afectadas por estos crímenes, el gobierno y el público objetivo. En esta propuesta se precisan diversos aspectos de este centro como serían la institucionalidad requerida, los instrumentos de facilitación de la coordinación interinstitucional, su misión, operatividad y posibles indicadores de gestión. Esta entidad sería una especie de *Zar de la PI* y trabajaría en cooperación con entidades internacionales y con el sector privado.

3. Comercialización

En Costa Rica se presentan varias situaciones:

- Se obliga a la utilización de las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público N° 38 (NIC 38), pero esa norma no es de aplicación obligatoria para la valorización de intangibles en el sector privado. Proponemos que ella se aplique en ese ámbito de manera supletoria para determinar el valor de estos.
- La Ley de Garantías Mobiliarias establece hoy en día la posibilidad de dar como garantía, para un crédito, activos intangibles pero no parecen aplicarse los estándares creados mediante las normas ISO 20671 y 10668, lo cual hace muy difícil el acceso a créditos por parte de las pequeñas y medianas empresas.
- A nivel tributario tampoco existe normativa que defina cómo valorar este tipo de activos.

Se propone hacer un *check list* que permita levantar la siguiente información: ¿Tiene Costa Rica expertos en valoración de activos intan-

gibles?, ¿Tiene Costa Rica una oferta de capacitación en valoración de activos intangibles y de PI?, ¿Tiene Costa Rica oferta de capacitación en comercialización de PI?, ¿Son los modelos de financiamiento coherentes con las empresas de base tecnológica e innovadoras?, ¿Existe colaboración entre el sector investigador y las empresas?

Con estos interrogantes resueltos se busca evaluar los posibles costos implícitos de transacción asociados con el crédito con garantías basadas en intangibles, revisar el marco legal existente y sus posibles limitaciones o necesidades de complementación y estudiar los posibles mecanismos de gobernanza institucional que permitan desarrollar las competencias e implementar las acciones necesarias que conduzcan a una dinamización del crédito para este tipo de sectores.

4. Marco Legal

Costa Rica cuenta con un sistema de protección y vigilancia de derechos de propiedad intelectual e industrial bastante completo. Sin perjuicio de lo anterior, a modo de insumo, se propone contemplar revisiones en los siguientes frentes:

a. Acceso / Registro

Trámite simplificado y automatizado. Una prioridad del Plan Estratégico debería ser la automatización del Registro de Propiedad Industrial, de suerte que se permitan adelantar el 100% de las operaciones o procedimientos legalmente establecidos, así como la posibilidad de consultar los procesos y toda la información (excluyendo la confidencial) que reposa en el Registro Público.

b. Incentivos administrativos /fiscales

En la Oficina de Patentes existe una tasa diferenciada para la solicitud de patente si se trata de una PYME, lo cual no sucede así en marcas. Un incentivo de descuento, por ejemplo, en la tasa de solicitud o de renovación, podría dar auge a los trámites de solicitudes de marcas por parte de PYMES.

c. Sostenibilidad financiera

Sería recomendable revisar si el 40% destinado a la editorial supone un retorno en términos de crecimiento del sistema de Propiedad Intelectual, si el 10% para obras de ciencia y tecnología genera un retorno en solicitudes de patentes u otros derechos de PI y si, ante la necesidad de modernización del

sistema, el 30% sea suficiente para la adquisición o creación de un *software* propio.

d. Procedimientos

- Extensiones o plazos. La práctica en diferentes jurisdicciones ha demostrado que el número de oposiciones que se resuelven en términos acordados entre las partes es mayor que el número de oposiciones decididas sobre el fondo por las autoridades, lo cual permite reducir los costos para las partes involucradas, así como los tiempos de resolución.
- Decisiones por indicios en contra de la parte que no actúa. En este sentido, consideramos que exigirle al Registro una revisión de alcance total de un procedimiento de oposición o cancelación, a pesar de que, el titular de la marca impugnada no responda luego de su debida notificación, representa una carga excesiva para la Oficina de marcas o los recursos judiciales, e impone demoras indebidas en el proceso, por lo que, se insta a las jurisdicciones a permitir que se emitan resoluciones finales por incumplimiento en procedimientos de oposición y cancelación, cuando las partes no han respondido oportunamente (silencio positivo). Actualmente la legislación costarricense no contempla la posibilidad de brindar la opción a la Oficina de Marcas de resolver tales solicitudes por medio de una resolución por incumplimiento en procedimientos de oposición y cancelación, cuando las partes no han respondido oportunamente.
- Procesos sumarios en solicitudes repetidas. Se ha propuesto que los países adopten medidas que eviten reiterados procesos sobre un mismo tema, como los siguientes: i. Un procedimiento oficial que permita al propietario de los derechos previamente registrados, presentar una objeción, relacionada con la supuesta repetición del caso y que requiera que los registradores consideren dicha objeción durante el análisis; ii. alguna forma de procedimiento sumario en los procedimientos de oposición que involucren presentaciones repetidas, para permitir que el asunto sea llevado a una audiencia acelerada (si es necesario o aplicable) y decisión. En vista de que la ley marcaría costarricense no contempla este escenario en particular, sería procedente revisar si fuera posible su aplicación dentro de su jurisdicción, lo cual sin duda ahorraría tiempo y dinero tanto para el titular de la marca, así como para el Registro de la Propiedad Industrial.

- Mala Fe. Se sugiere establecer los siguientes requisitos para reconocer la mala fe: i. El solicitante conocía los derechos o intereses legítimos de un tercero en una marca idéntica o sustancialmente idéntica a la marca solicitada, cuando dicho conocimiento es real o puede inferirse de las circunstancias o ii. La conducta del solicitante del registro es incompatible con las normas de comportamiento comercial razonable, honesto y justo. Sumado a lo anterior, se recomienda se considere una lista no exhaustiva de factores para determinar si la conducta del solicitante del registro puede considerarse como mala fe.
- Requisitos para cancelar marcas totales o específicos. Costa Rica permite las acciones de cancelación de marca por no uso, no obstante, estas efectivamente llegan a ser bastante onerosas para los solicitantes. Es recomendable la modificación de requisitos de notificación a titulares que no han cumplido con su debida diligencia de informar al Registro sus afectaciones, así como la creación de un sistema electrónico que facilite la comunicación entre las partes y con el Registro.
- Por último en el documento se sugiere la elaboración de Guías y/o Directrices en temas variados para que la Oficina de Marcas y Patentes pueda estandarizar el examen de solicitudes de registro y resolución de los casos, independientemente de la permanencia o no de los funcionarios en las instituciones.

Esperamos que este documento sea de utilidad para quien lo consulte. ASIPI e INTA son conscientes de que la propiedad intelectual beneficia a la sociedad de múltiples y variadas maneras: sirve de incentivo a los innovadores porque pueden recuperar las inversiones y financiar nuevos proyectos; apoya a los comerciantes para que desarrollen más y mejores productos y servicios que los consumidores identificarán a través de las marcas y beneficia a la humanidad porque, al cabo de un tiempo, las invenciones y las creaciones artísticas hacen parte del acervo creativo de todos.

¡Trabajemos juntos!



Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual
Inter-American Association of Intellectual Property
Associação Interamericana da Propriedade Intelectual



