



La valorización de la propiedad intelectual: El caso de los conocimientos tradicionales.

VÍCTOR REVILLA

Sumario: I. XXX II. XXX

LA VALORIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD

Toda transacción tiene un costo, pero los costos de transacción de los derechos de propiedad intelectual son particularmente elevados, siendo uno de ellos el de fijar el precio.

En los mercados de autoservicio, por ejemplo, el costo de obtener información sobre el precio de un producto es prácticamente nulo, porque basta con mirar los rótulos respectivos, pero en las sociedades tradicionales el regateo suele ser una institución muy difundida y toma un tiempo tal que a veces resulta inaceptable para un empresario occidental, lo cual puede llevar a que se desperdicien oportunidades de negocio, incluso de exportaciones, por la incertidumbre ante la fijación del precio. Lo mismo ocurre en el mercado de los derechos de propiedad intelectual, donde es necesario hacer estudios especiales para determinar el valor que se debe pagar por uno de esos activos, lo que limita el desarrollo del mercado y de la actividad económica en general.

En la cuarta edición del Roadmap «Temas de actualidad en materia de propiedad intelectual: Guía básica para empresarios y dirigentes»¹ la Cámara de Comercio Interna-

1. http://www.iccwbo.org/home/intellectual_property/IP%20roadmap/Roadmap-2002/version_spanish_2003.doc

cional (CCI) afirma que la valoración de los derechos de Propiedad Intelectual puede contribuir a su mejor explotación, a través de licencias y otros contratos comerciales, los cuales incrementan el valor de los activos, inversiones y decisiones en el mercado, pero considera que aún continúa el debate sobre los métodos de valoración de los derechos de propiedad intelectual. Así mismo, señala la CCI que ha aumentado el número de profesionales especializados en la valoración de la propiedad intelectual, especialmente en marcas y patentes, que aplican diversos métodos de valoración.

Los métodos de valoración

Los métodos más usados actualmente han sido elaborados sobre la base de tres criterios excluyentes, según los cuales el valor de un activo debe ser igual a:

1. El valor al que se transan en el mercado otros activos similares.
2. El costo de su creación.
3. El valor presente de las utilidades futuras que se espera obtener con el activo.

El tercero, aparentemente el más complicado, es el más usado, porque está libre de las dificultades prácticamente insuperables de los otros dos. De hecho, es el método recomendado por el Vice-Presidente de AUS Consultans,² firma especializada en la valoración de la propiedad intelectual. En el documento citado y en la página web del Indecopi³ se explica en qué consiste cada uno de estos métodos.

El Reglamento General de Tasaciones del Perú no impone un método para valorizar la propiedad intelectual, sino que delega en el perito la decisión acerca de qué método usar en cada valoración, lo que motivó el reclamo del Indecopi.⁴ Sin embargo, el reclamo no parece justificado, si se toma en cuenta que la selección del método a seguir depende de la información con que se cuente, la cual es diferente en cada caso concreto. En realidad, el número de métodos no se limita a los tres citados, sino que hay muchos más, por lo menos tantos como formas de propiedad intelectual existen.

Aquí se tratará a continuación de la valoración de los conocimientos tradicionales sobre el uso de los recursos genéticos, una forma de propiedad intelectual de particular relevancia en nuestro país, y sobre la cual existen expectativas muy dispares. Otras formas de conocimiento tradicional surgen en la música, diseños y folklore.

LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES SOBRE LOS RECURSOS GENÉTICOS

Muchas innovaciones en agricultura y en productos farmacéuticos se derivan de los conocimientos tradicionales, y el valor de mercado de las drogas obtenidas de la medi-

-
2. Russell Parr, *Pricing Intangible Assets: Methods of Valuation of Intellectual Property*. Seminario Internacional sobre Valorización de la Propiedad Intelectual. INDECOPI-OMPI, Lima, 19 y 20 de noviembre de 1998.
 3. Área de Estudios Económicos. *Promoviendo un Marco Institucional para la Valorización de la Propiedad Intelectual en el Perú*. Documento de Trabajo N° 005. Indecopi, Lima, 1998
 4. Juan Luis Avendaño Cisneros. *Informe sobre Valorización y Explotación de la propiedad Intelectual en el Perú*. Informe de consultoría, Indecopi, Lima, 1998

cina tradicional se ha estimado en 43,000 millones de dólares al año. El número de pruebas requeridas para lograr una innovación exitosa puede reducirse drásticamente tomando en cuenta los conocimientos tradicionales. En investigación médica la frecuencia de los éxitos aumentó de uno en diez mil a uno en dos mil.

In medical research, bio-prospector have increased the success ratio of trials from 1 in 10,000 samples to 1 in 2,000.³⁵ Given that roughly 90 percent of the world's genetic and traditional knowledge is held in developing countries, and roughly an equal percentage of the world's R&D activity takes place in industrial countries, there is scope for mutually beneficial bargains between a gene-rich-technology-poor South and a gene-poor-technology-rich North. The documentation, ownership, compensation, and exploitation of TK are all obscure. The TRIPs agreement touches upon these issues, but essentially leaves them to interpretation or further negotiations. This is an area where thinking needs to be advanced and policy options strengthened for developing nations. This section outlines the analytical and practical issues that need to be addressed in order to make progress on protecting traditional knowledge or compensating its ownership. It focuses on the case of research and development in the biological sciences.

EL VALOR DE MERCADO DE LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES

No hay consenso aún sobre el interés comercial que pueda tener la sociedad sobre los conocimientos tradicionales.

El valor económico de los conocimientos de los pueblos indígenas está estrechamente relacionado con su aporte a la investigación y el desarrollo de nuevos productos. La información proveniente de los pueblos indígenas acerca de las propiedades de ciertos recursos biológicos, puede reducir sustancialmente los costos de búsqueda y bioprospección que enfrentan las industrias, en particular, la industria farmacéutica, de «nutraceuticals» y de productos naturales. Simpson y Sedjo⁵ señalan que, en términos gruesos, la probabilidad de éxito que tiene una empresa en un proceso de investigación con fines comerciales de una especie cualquiera es del orden de dos cien milésimos (2/100,000). Sin embargo, la actividad es rentable por el altísimo valor en que se estiman los beneficios eventuales. Si asumimos conservadoramente que los beneficios eventuales ascienden aproximadamente a US\$125 millones y que el costo de iniciar la investigación de una especie (aproximadamente, US\$1000), el valor esperado (VE) de la actividad sería:

$$VE = US\$ (125 \cdot 000,000 * 0.00002 - 1,000)$$

$$VE = US\$ (2,500 - 1,000)$$

$$VE = US\$ 1,500$$

5. SIMPSON R, y SEDJO R. *Valuation of Biodiversity for use in new product research in a model of sequential research*. Discussion Paper 96-27, Resources for the Future. Washington D.C., 1996.

Sin embargo, si se contara con información que incremente la probabilidad de éxito, el beneficio esperado aumentaría sustancialmente y la investigación podría convertirse en una actividad altamente rentable. Por ejemplo, si la probabilidad de éxito se eleva a un décimo, el valor esperado de la investigación asciende casi a US\$ 12,5 millones. Es decir que, en este caso, la empresa solicitante podría estar dispuesta a pagar una cantidad cercana a los US\$ 12 millones a fin de obtener un conocimiento que le garantice un incremento en su probabilidad de éxito a un décimo.

Es importante resaltar que las cifras consideradas tienen sólo un carácter referencial, pero ilustran la conclusión de que para los investigadores comerciales, el valor económico de los conocimientos de los pueblos indígenas está en función de en cuánto incrementan la probabilidad de éxito de las investigaciones comerciales de especies, y que dicho valor puede ser muy elevado.⁶ En este caso la información se compara al mapa del tesoro, por el que la disposición a pagar se eleva casi al nivel del inmenso beneficio esperado, y los costos de la investigación resultan relativamente insignificantes.⁷

Así, a manera de ejemplo, en el marco de un acuerdo entre la empresa Shaman Pharmaceuticals y el Consejo Aguaruna y Huambisa en Perú, aproximadamente la mitad de las 400 especies recolectadas por la empresa han demostrado potencial terapéutico y dos de los fármacos están siendo sometidos a pruebas clínicas. Los costos de Shaman han sido de 1/10 de los costos con técnicas de laboratorio tradicionales. El trabajar con innovadores comunitarios ha mejorado la eficiencia en la selección de plantas con propiedades medicinales en más de 400%.⁸

Pero, si bien es cierto que «*la empresa solicitante podría estar dispuesta a pagar*» millones de dólares por un dato que le permitiese aumentar a un décimo la probabilidad de éxito de su investigación, esto no ocurre en la práctica por las siguientes razones:

6. De acuerdo a la experiencia del profesor Vaisberg, las empresas prefieren pagar sumas elevadas por un producto desarrollado por otros, con una probabilidad de éxito igual a 1, que invertir en actividades en las que existe una probabilidad de no obtener el éxito esperado (no descubrir un nuevo producto terapéutico, por ejemplo). Esto demuestra que cuanto menor sea el riesgo asociado a la inversión que realizan las empresas, mayor será su interés en realizar este tipo de actividades. Sin embargo, ello no implica que no exista un mercado para los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas.
7. Estos tres párrafos han sido tomados de: REVILLA, Víctor. *Regulación del acceso a los recursos genéticos y la protección legal a los conocimientos de las comunidades indígenas y nativas*. Lima, marzo 1998. También fueron copiados, sin citar la fuente, nada menos que en: Area de Estudios Económicos del Indecopi, «*Propuesta de Régimen de Protección de los Conocimientos Colectivos de los Pueblos Indígenas (Y Algunas Reflexiones Sobre la Regulación del Acceso a los Recursos Genéticos)*» Documento de Trabajo N° 010-2000 preparado por Juan Luis Avendaño Cisneros, Ana María Pacón, Gonzalo Ruiz y Begoña Venero, con la colaboración de Sylvia Bazán, Armando Cáceres y Beatriz Boza.
8. The CRUCIBLE Group. *Gente, plantas y patentes: Impactos de la propiedad intelectual sobre la biodiversidad, el comercio y las sociedades rurales*. Ottawa, ON, CIID, 1994, p. 40 y 41. Según el Indecopi, en la obra citada.

- El ejemplo presentado se puede comparar a lo que estaría dispuesto a pagar un sediento en el desierto por el último vaso de agua, pero en condiciones normales la abundante oferta de agua potable hace que su precio en el mercado sea muy bajo. En nuestro caso, si bien la oferta de conocimientos se está reduciendo (al punto que se considera que están desapareciendo más rápido que los bosques tropicales)⁹ la población indígena y la oferta de sus conocimientos son relativamente abundantes en el mundo.

- Existe una gran distancia cultural entre los demandantes y oferentes de conocimientos:

1. Entre los primeros se encuentra difundida la idea de que los conocimientos de las comunidades son un listado de recetas que se transmiten entre generaciones, en marcado contraste con «la ciencia» que es deductiva y experimental. Por ejemplo, el Dr. Fernando Cabieses distingue «*La medicina científica*» de los «*conceptos tradicionales*» y afirma que «*Todas las tribus del mundo llegan a la conclusión que lo que no se puede explicar por mecanismos claros y lógicos se debe a fuerzas sobrenaturales*»¹⁰.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que los conceptos fundamentales de la ciencia occidental no son siempre tan claros y lógicos y no se diferencian en lo esencial de las hipótesis en que se basan los «*conceptos tradicionales*». Así, desde el punto de vista de la teoría del conocimiento no hay diferencia cualitativa entre decir, por ejemplo, que es Júpiter Tronante el que mantiene en levitación un anillo de metal o que son las ondas electromagnéticas. La diferencia importante está en la amplitud de la capacidad explicativa y de predicción de las teorías que se puedan haber construido sobre la base de dichas hipótesis y, en este sentido, es evidente que la ciencia occidental ha tenido un desarrollo sin precedentes en la historia y que ha alcanzado éxitos impresionantes. Pero es preciso reconocer que los conocimientos de las comunidades también parten de hipótesis que se amplían por experimentación y que forman un conjunto organizado. También es preciso reconocer que con dichos conocimientos se alcanzan éxitos que llaman la atención, sobre todo cuando ocurren en temas en que la ciencia occidental presenta limitaciones.

2. Entre los oferentes de conocimientos existe una desconfianza casi natural que ha sido detectada por todo aquél que ha querido tratar el tema con ellos. Por ejemplo, un médico y un sociólogo con años de trabajo en la Sierra peruana reconocieron haber cometido un error «al pedir de entrada la incorporación de los médicos tradicionales en el trabajo del proyecto. El resultado fue la aparición de cierta incomodidad en la población (¿temor ante los poderes mágicos de estos curanderos? ¿voluntad de preservar la cultura tradicional?)»¹¹

9. Cox, Alan y Balick, Michael J. (1994) «The Ethnobotanical Approach to Drug Discovery» *Scientific American*, June.

10. Diario El Comercio, 10.9.97 *Los otros caminos del curar*, Lima.

11. Pradel, Jean Luc, y Pierre de Zutter, (1986) «La Salud en CICDA» en *Ruralter N° 1*, Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola.

· Una hipótesis básica del modelo de competencia perfecta es la información completa de los agentes que participan en el mercado. Se supone que quienes compran saben perfectamente qué es lo que están comprando y el beneficio que les puede reportar, pero en el mercado de conocimientos, por definición, el que compra no conoce lo que está comprando y el que vende no puede mostrar lo que está vendiendo. En consecuencia, los potenciales compradores no estarán dispuestos a pagar por un bien cuyo valor no conocen y, por otra parte, los vendedores no estarán dispuestos a dar a conocer su producto porque es lo mismo que entregarlo, y sin posibilidad de recuperación.