



SÍLABO

**DEL LABORATORIO AL MERCADO:
ESTRATEGIAS DE
COMERCIALIZACIÓN DE ACTIVOS DE
PROPIEDAD INTELECTUAL**

SÍLABO

DEL LABORATORIO AL MERCADO: ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ACTIVOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

I. DATOS GENERALES

1.1. Curso	Del laboratorio al mercado: estrategias de comercialización de activos de propiedad intelectual
1.2. Modalidad	Virtual asincrónico
1.3. Número de horas lectivas	12 horas académicas

II. SUMILLA

Este curso autoformativo está diseñado para brindar a los participantes una comprensión clara, práctica y estratégica sobre cómo transformar resultados de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en productos y servicios con valor comercial, mediante el uso adecuado de la propiedad intelectual.

A lo largo de cuatro lecciones, se exploran los conceptos clave de la comercialización de activos de propiedad intelectual, las rutas y mecanismos disponibles, el proceso de transferencia tecnológica, y la evaluación integral necesaria para preparar tecnologías para el mercado. El curso combina contenidos técnicos con actividades interactivas, casos prácticos y autoevaluaciones que permiten un aprendizaje significativo.

III. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades de los participantes para identificar, evaluar y aplicar estrategias de comercialización de activos de propiedad intelectual, mediante el análisis de modalidades, mecanismos y procesos de transferencia tecnológica, con el fin de generar valor económico y social a partir de resultados de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 4.1. Reconocer los elementos de propiedad intelectual presentes en productos y servicios, y comprender su rol en el posicionamiento y éxito comercial.
- 4.2. Identificar las principales modalidades de comercialización de activos de propiedad intelectual, como el licenciamiento comercial, la venta de servicios y la cesión de derechos.
- 4.3. Comprender el proceso de transferencia tecnológica y su relación con la comercialización, diferenciando entre acuerdos con y sin fines económicos.
- 4.4. Conocer los criterios de evaluación técnica, legal, financiera y de mercado para determinar la viabilidad de comercializar una tecnología protegida.
- 4.5. Identificar la modalidad de comercialización más adecuada según el tipo de activo, el contexto institucional y las oportunidades del mercado.

V. METODOLOGÍA

El curso se desarrolla bajo una modalidad autoinstructiva, permitiendo que los participantes avancen de forma autónoma y a su propio ritmo. Cada lección combina

contenidos técnicos con actividades interactivas, casos prácticos y simulaciones que facilitan la comprensión y aplicación de conceptos clave sobre comercialización de propiedad intelectual.

La metodología se centra en el aprendizaje progresivo, partiendo del reconocimiento de elementos de propiedad intelectual hasta la evaluación integral de tecnologías para su comercialización. El enfoque lúdico y práctico del curso garantiza una experiencia formativa atractiva, útil y de alto valor público.

VI. PROGRAMACIÓN

Lección 1: Contexto y escenarios		
Logro de aprendizaje: Reconoce los elementos de propiedad intelectual presentes en productos y servicios cotidianos, comprendiendo su rol en el posicionamiento comercial y en la generación de valor económico.		
Temas	Contenidos	Tiempo
Tema 1:	Contexto de la comercialización de activos de propiedad intelectual	3 horas académicas
Tema 2:	Escenarios de comercialización de activos de propiedad intelectual	
Lección 2: Rutas y mecanismos		
Logro de aprendizaje: Identifica las principales rutas y mecanismos de comercialización de activos de propiedad intelectual, diferenciando entre licenciamiento, cesión de derechos y comercialización directa, según el tipo de tecnología y el contexto institucional.		
Sesión	Contenidos	Tiempo
Tema 1:	Rutas para activar escenarios de comercialización de activos de propiedad intelectual basados en patentes	3 horas académicas
Tema 2:	Mecanismos para la comercialización de activos de propiedad intelectual	
Tema 3:	Estrategias para activar rutas de comercialización de activos de propiedad intelectual basados en patentes	
Lección 3: Transferencia tecnológica y comercialización		
Logro de aprendizaje: Comprende el proceso de transferencia tecnológica y su relación con la comercialización, distinguiendo entre acuerdos con y sin fines económicos, y valorando el rol de la universidad como generadora de propiedad intelectual.		
Sesión	Contenidos	Tiempo
Tema 1:	Escenarios de transferencia tecnológica para la comercialización de activos de propiedad intelectual	3 horas académicas
Tema 2:	Licenciamiento no comercial de tecnologías	
Tema 3:	Licenciamiento comercial de tecnologías	
Lección 4: Alistamiento para la comercialización		
Logro de aprendizaje: Aplica criterios de evaluación técnica, legal, financiera y de mercado para determinar la viabilidad de comercializar una tecnología protegida, seleccionando la modalidad más adecuada según los objetivos institucionales y las oportunidades del entorno.		
Sesión	Contenidos	Tiempo
Tema 1:	Evaluación técnica, legal, financiera y comercial	3 horas académicas
Tema 2:	Modalidades de comercialización	

VII. EVALUACIÓN

El sistema de evaluación está diseñado para reforzar el aprendizaje autónomo y evidenciar la comprensión de los contenidos abordados en cada lección. Al finalizar cada una de las cuatro lecciones, el participante deberá completar un cuestionario de autoevaluación.

Estas evaluaciones permiten al participante:

- Aplicar los conceptos clave revisados en la lección.
- Identificar fortalezas y oportunidades de mejora en su proceso de aprendizaje.
- Consolidar conocimientos mediante el análisis de casos prácticos.

7.1. Diseño de evaluación: cada lección incluye un cuestionario en línea que permite al participante verificar su comprensión de los contenidos.

Productos académicos	Código	Instrumento de evaluación
Evaluación en línea 1	EL1	Cuestionario
Evaluación en línea 2	EL2	Cuestionario
Evaluación en línea 3	EL3	Cuestionario
Evaluación en línea 4	EL4	Cuestionario

7.2. Promedio

Nota final (NF)
$NF = \frac{(EL1 + EL2 + EL3 + EL4)}{4}$

7.3. Requisitos de aprobación: la calificación final se expresará en escala vigesimal, siendo 11 la nota mínima aprobatoria.

VIII. MEDIOS Y MATERIALES

Para el desarrollo del curso se utilizarán diversos recursos didácticos que facilitan el aprendizaje autónomo. Entre los principales medios y materiales se incluyen:

- **Recursos interactivos:** disponibles en la plataforma virtual, diseñados para reforzar la comprensión de los temas tratados.
- **Fascículos:** documentos que consolidan la información de cada lección.
- **Lecturas complementarias:** materiales adicionales que permiten ampliar la perspectiva sobre los temas tratados y fomentar el análisis crítico.

Todos los materiales estarán disponibles en la plataforma virtual del curso y estarán organizados de acuerdo con la programación de cada unidad.

IX. BIBLIOGRAFÍA

ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area. (2019). Handbook on IP Commercialisation: Strategies for Managing IPRs and Maximising Value. ASEAN Secretariat. Recuperado de:



<https://aanzfta.asean.org/uploads/2020/12/IPPEA-FINAL-HANDBOOK-ON-IP-COMMERCIALISATION.pdf>

AUTM. (s.f.). Nine points to consider in licensing university technology. AUTM. Recuperado de: https://autm.net/AUTM/media/About-AUTM/Documents/Nine_Points_to_Consider.pdf

Hamano, Y. (2011). Commercialization procedures: Licensing, spin-offs and start-ups. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/aspac/en/wipo_ip_han_11/wipo_ip_han_11_ref_t7b.pdf

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2018). Casos de éxito en la comercialización de inventos patentados en el Perú. Indecopi. Recuperado de: <https://www.patenta.pe/wp-content/uploads/2025/05/Guia-Caso-de-Exito.pdf>

Intepat. (2023). Methods of Commercialization of Intellectual Property. Recuperado de: <https://www.intepat.com/blog/methods-of-commercializing-intellectual-property-part-i>

Oficina Española de Patentes y Marcas. (s.f.). Guía para la comercialización de la Propiedad Industrial. OEPM. Recuperado de: https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/PropiedadIndustrial/PI_PYME/Guia_Comercializacion_PI.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual & International Trade Centre. (2010). Intercambiar valor: Negociación de acuerdos de licencia de tecnología. Manual de capacitación. OMPI. Recuperado de: <https://tind.wipo.int/record/35078?v=pdf>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2022, octubre 20). IP Commercialization & Technology Transfer: IP and Innovation Ecosystems Sector. CDIP 29. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/cdip_29/cdip_29_ppt_1.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2022, octubre). IP Commercialization & Technology Transfer [Presentación PowerPoint]. CDIP 29. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/cdip_29/cdip_29_ppt_1.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). Propiedad intelectual, innovación y desarrollo de nuevos productos. WIPO Magazine. Recuperado de: <https://www.wipo.int/es/web/wipo-magazine/articles/ip--business-intellectual-property-innovation-and-new-product-development-34865>

World Intellectual Property Organization. (2022). IP commercialization & technology transfer: CDIP presentation. WIPO. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/cdip_29/cdip_29_ppt_1.pdf

Zanetti, G. C. (2019). Handbook on IP commercialisation: Strategies for managing IPRs and maximising value. ASEAN Secretariat. Recuperado de: <https://aanzfta.asean.org/uploads/2020/12/IPPEA-FINAL-HANDBOOK-ON-IP-COMMERCIALISATION.pdf>