

## **Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)**

**Trigésima segunda sesión**  
**Ginebra, 29 de abril a 3 de mayo de 2024**

PROYECTO REVISADO SOBRE EL APOYO Y LA CONSOLIDACIÓN DEL PAPEL DE LAS MARCAS COLECTIVAS COMO HERRAMIENTA DE IMPULSO ECONÓMICO, CULTURAL Y SOCIAL A TRAVÉS DE UN ENFOQUE INTEGRADO DEL DESARROLLO - PROPUESTA DE PROYECTO PRESENTADA POR FILIPINAS, EL BRASIL Y EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

*preparado por la Secretaría*

1. Durante la trigésima segunda sesión del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP), el Comité examinó una propuesta de proyecto sobre el “apoyo y la consolidación del papel de las marcas colectivas como herramienta de impulso económico, cultural y social a través de un enfoque integrado del desarrollo”, presentada por Filipinas, el Brasil y el Estado Plurinacional de Bolivia. A partir de las observaciones realizadas durante el debate, esa propuesta de proyecto se revisó durante la sesión.

2. La propuesta de proyecto revisada figura en el Anexo del presente documento.

*3. Se invita al Comité a examinar el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]

<b>1. Presentación del proyecto</b>
<b>1.1 Código del proyecto</b>
DA_1_4_10_02
<b>1.2 Título del proyecto</b>
Apoyo y consolidación del papel de las marcas colectivas como herramienta de impulso económico, cultural y social a través de un enfoque integrado del desarrollo
<b>1.3 Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo</b>
<p><i>Recomendación 1:</i> La asistencia técnica de la OMPI deberá, entre otras cosas, estar orientada a potenciar el desarrollo, obedecer a una demanda, ser transparente y tener en cuenta las prioridades y necesidades especiales de los países en desarrollo, especialmente las de los PMA, así como los distintos niveles de desarrollo de los Estados miembros; además, las actividades deberán incluir el calendario de ejecución respectivo. A este respecto, el diseño, los mecanismos de ejecución y los procesos de evaluación de los programas de asistencia técnica deberán estar adaptados a cada país.</p> <p><i>Recomendación 4:</i> Destacar, en particular, las necesidades de las pymes y las instituciones de investigación científica, así como las industrias culturales, y asistir a los Estados miembros, cuando estos lo soliciten, en el establecimiento de estrategias nacionales adecuadas en el campo de la propiedad intelectual.</p> <p><i>Recomendación 10:</i> Ayudar a los Estados miembros a fomentar y mejorar la capacidad de las instituciones nacionales de PI mediante el desarrollo de la infraestructura y de otros servicios, para que dichas instituciones sean más eficaces y lograr un equilibrio adecuado entre la protección de la PI y el interés público. Este tipo de asistencia técnica debe beneficiar también a las organizaciones regionales y subregionales de PI.</p>
<b>1.4 Duración del proyecto</b>
24 meses
<b>1.5 Presupuesto del proyecto</b>
El presupuesto total del proyecto asciende a 320 000 francos suizos destinados en su totalidad a gastos no relativos a personal.
<b>2. Descripción del proyecto</b>
<p>El registro de marcas colectivas se considera uno de los factores que más contribuyen al impulso económico, cultural y social de las pequeñas y medianas empresas (pymes) y las comunidades locales. Esto ha quedado patente, por ejemplo, en el proyecto de la Agenda para el Desarrollo (AD) recientemente finalizado, "<a href="#">Registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico</a>", el cual se ha aplicado con éxito en Filipinas, el Brasil, Túnez y el Estado Plurinacional de Bolivia.</p> <p>Con todo, sigue siendo fundamental desarrollar un enfoque sistemático de las marcas colectivas para que las pymes y las comunidades locales se beneficien y hagan uso de esta herramienta colectiva, y para mantener los resultados que genera.</p> <p>Además de ayudar a las pymes y a las comunidades locales mediante programas de</p>

divulgación de conocimientos sobre el desarrollo de marcas y la mercadotecnia, un enfoque sistemático de este tipo debería empoderar a estas pymes y comunidades locales para poner en marcha programas, iniciativas y políticas internas destinadas a identificar y subsanar las deficiencias de su actual marco normativo interno de uso de la marca colectiva, garantizar el cumplimiento de este marco para, entre otras cosas, preservar la calidad esencial de sus productos y proteger y hacer valer sus derechos de propiedad intelectual. Esto, a su vez, les permitiría seguir desarrollando e innovando sus productos con miras a hacerlos competitivos a escala nacional y mundial, lo que podría ayudarles a lograr la sostenibilidad de su marca colectiva y su desarrollo económico.

El objetivo de esta propuesta de proyecto es, por lo tanto, apoyar y empoderar a los actuales y futuros titulares de registros de marcas colectivas de países en desarrollo y países menos adelantados (PMA) para que aprovechen al máximo todo el potencial de su marca colectiva y lo mantengan.

## 2.1 Concepto del proyecto

Las marcas colectivas han sido reconocidas como una herramienta que permite a las pymes y a las comunidades locales añadir valor a sus productos locales y competir a escala local y mundial. Por lo tanto, para aprovechar el tiempo, el esfuerzo y los recursos dedicados a la ejecución de proyectos anteriores de la AD relacionados con marcas colectivas, este proyecto se basará específicamente en esos proyectos y se centrará en dotar a las pymes y a las comunidades locales de los conocimientos técnicos, las habilidades, las capacidades y los instrumentos necesarios para utilizar y mantener de forma eficaz los beneficios derivados de su marca colectiva, mediante el desarrollo de un marco integrado de gestión de marcas colectivas.

Como la sostenibilidad guarda relación con un amplio espectro de actividades de concienciación y capacitación, el marco integrado de gestión de marcas colectivas contará con instrumentos para reforzar la capacidad y la base de conocimientos de las pymes y las comunidades locales sobre: 1) mercadotecnia, desarrollo de marcas y comercialización; 2) lograr y mantener una sostenibilidad financiera; 3) identificar y resolver deficiencias actuales en su marco normativo interno por el que se regula el uso de la marca colectiva; 4) proteger y hacer valer sus derechos de PI y 5) desarrollar e innovar sus productos y normativas.

## 2.2 Objetivos, efectos directos y productos

El **objetivo** general del proyecto es apoyar y empoderar a los actuales y futuros titulares de registros de marcas colectivas de países en desarrollo y países menos adelantados (PMA) para que aprovechen al máximo todo el potencial de su marca colectiva y lo mantengan.

El **efecto directo** previsto del proyecto es que los titulares de los registros de marcas colectivas (actuales y futuros) de cada país beneficiario estén mejor informados para utilizar y mantener eficazmente su marca colectiva.

Mediante el proyecto se logrará un marco integrado de gestión de marcas colectivas a través de los siguientes **productos**:

- i. Desarrollo, en cooperación con las divisiones pertinentes de la OMPI, de un programa de formación práctica y del material de formación correspondiente sobre el registro, la gestión y el uso de las marcas colectivas.
- ii. Desarrollo de una herramienta/guía práctica sobre la gestión y el uso de marcas colectivas para pymes y comunidades locales, que incluiría modelos de regulaciones de uso, requisitos de cumplimiento, mecanismos de gobernanza interna, sistemas de control de calidad, protección del consumidor, salud y

- sanidad, así como directrices para redactar los reglamentos o identificar y subsanar deficiencias en reglamentos vigentes.
- iii. Formulación de una estrategia de desarrollo de operaciones para los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros) que les permitiría ser más competitivos en los mercados nacionales y mundiales y lograr así la sostenibilidad de su marca colectiva y su desarrollo económico.

### 2.3 Estrategia de ejecución

El proyecto propuesto alcanzará sus objetivos mediante la elaboración de los siguientes productos:

**Producto 1** – Un programa de formación práctica y material conexo sobre el registro, la gestión y el uso de marcas colectivas.

**Actividades:**

- a) Llevar a cabo una evaluación de los elementos básicos relacionados con el registro, la gestión y el uso de marcas colectivas para formular los módulos del programa de formación práctica.
- b) Hacer participar a organismos gubernamentales y universidades locales pertinentes en la elaboración del programa de formación práctica y el material conexo.
- c) Organizar una formación para formadores sobre el programa de formación práctica y el material conexo para el personal de las oficinas nacionales de PI.

**Producto 2** – Una herramienta/guía práctica sobre la gestión y el uso de marcas colectivas para pymes y comunidades locales, que incluiría modelos de regulaciones de uso, requisitos de cumplimiento, mecanismos de gobernanza interna, sistemas de control de calidad, protección del consumidor, salud y sanidad, así como directrices para redactar los reglamentos o identificar y subsanar deficiencias en reglamentos vigentes.

**Actividades:**

- a) Recopilar buenas prácticas, modelos y ejemplos de reglamentos de uso vigentes; identificar deficiencias importantes y formas de subsanarlas; celebrar consultas sobre los problemas que plantea la aplicación de los reglamentos con miras a garantizar la calidad de los productos y la protección de los consumidores, y otras actividades afines.
- b) Buscar a expertos y consultores locales para que participen en la elaboración de una herramienta/guía práctica y faciliten la orientación y la asistencia necesarias a las pymes y las comunidades locales sobre diversos aspectos asociados a la gestión y el uso de las marcas colectivas, entre otras cosas en relación con el cumplimiento de su marco normativo interno y la resolución de deficiencias en él, los mecanismos de gobernanza interna, los sistemas de control de calidad, la protección de los consumidores, la salud y el saneamiento y la observancia de la PI. Tras un examen adecuado, esos expertos podrían formar parte de un grupo de especialistas y ser incluidos en IP-ROC.

**Producto 3** – Una estrategia de desarrollo de operaciones para los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros) que les permitiría ser más competitivos en los mercados nacionales y mundiales y lograr así la sostenibilidad de su marca colectiva y su desarrollo económico.

**Actividades:**

- a) Organizar y celebrar consultas sobre los problemas a los que se han enfrentado las pymes y las comunidades locales en el período posterior al registro de su marca

	colectiva, en relación con el desarrollo de la marca, la mercadotecnia, el envasado y la comercialización de sus productos, y asesorar sobre la comercialización de sus productos.
b)	Realizar investigaciones sobre estrategias adecuadas de desarrollo de operaciones para seguir mejorando los productos protegidos por las marcas colectivas de las pymes y las comunidades locales.
c)	Acudir a expertos locales en mercadotecnia y desarrollo de marcas para que participen en la formulación de la estrategia de desarrollo de operaciones y faciliten la orientación y la asistencia necesarias a las pymes y las comunidades locales, lo que podría consistir en la participación por iniciativa propia en ferias comerciales, eventos o rondas de operaciones, el uso de herramientas de marketing digital, la orientación sobre el acceso al mercado y la gestión fiscal. Tras un examen adecuado, esos expertos podrían formar parte de un grupo de especialistas y ser incluidos en IP-ROC.

## 2.4 Indicadores del proyecto

<u>Efecto del proyecto:</u>	<u>Indicador del efecto:</u>
Los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros) de cada país beneficiario estarán mejor informados para utilizar y mantener eficazmente su marca colectiva.	Al menos diez titulares de registros de marcas colectivas de cada país beneficiario utilizarán productos del proyecto.
<u>Productos del proyecto</u>	<u>Indicador del producto:</u>
Un programa de formación práctica y material conexo sobre el registro, la gestión y el uso de marcas colectivas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal de las oficinas nacionales de PI formado y equipado para impartir el programa de formación práctica a las pymes y a las comunidades locales, previa solicitud o periódicamente.</li> <li>- El programa de formación práctica y el material conexo para pymes y comunidades locales aplicado por las oficinas nacionales de PI de los países beneficiarios.</li> </ul>
Una herramienta/guía práctica sobre la gestión y el uso de marcas colectivas para pymes y comunidades locales, que incluiría modelos de regulaciones de uso, requisitos de cumplimiento, mecanismos de gobernanza interna, sistemas de control de calidad, protección del consumidor, salud y sanidad, así como directrices para redactar los reglamentos o identificar y subsanar deficiencias en reglamentos vigentes.	La herramienta/guía práctica traducida a las lenguas locales, presentada a las pymes y las comunidades locales a través de las oficinas nacionales de PI.
Una estrategia de desarrollo de operaciones para los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros) que les permitiría ser más competitivos en los mercados nacionales y mundiales y lograr así la sostenibilidad de su marca colectiva y su desarrollo económico.	La estrategia de desarrollo de operaciones formulada, traducida al idioma local y presentada a las pymes y las comunidades locales a través de las oficinas nacionales de PI.

## 2.5 Estrategia de sostenibilidad

Para garantizar la sostenibilidad de los productos del proyecto, la OMPI se encargará de gestionar una página web prevista a tal efecto en la que podrá accederse fácilmente a todo el material elaborado en el marco de este proyecto.

Se creará una red de expertos, formada por coordinadores nacionales, representantes de distintas instituciones, entre otros, para dar a conocer experiencias sobre la ejecución de proyectos y proporcionar mentoría sobre la materia en cuestión.

La estrategia de sostenibilidad se actualizará en el transcurso de la ejecución del proyecto.

## 2.6 Criterios de selección de los países piloto/beneficiarios

Estados miembros que han sido beneficiarios de un proyecto de la AD relacionado con marca colectiva.

## 2.7 Entidad institucional encargada de la ejecución

División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo (DACD), Sector de Desarrollo Regional y Nacional (RNDS)

## 2.8 Vínculos con otras entidades institucionales

Sector de Desarrollo Regional y Nacional; Sector de Marcas y Diseños; Sector de PI y Ecosistemas de Innovación; Sector de Alianzas y Desafíos Mundiales

## 2.9 Vínculos con otros proyectos de la AD

Proyecto de AD: *La propiedad intelectual y el desarrollo de marcas de productos para fomentar las actividades comerciales en los países en desarrollo y los PMA* ([CDIP/5/5](#))

Proyecto de la AD: *Registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico* ([CDIP/24/9](#))

Proyecto de la AD: *Empoderamiento de las pequeñas empresas mediante la PI: Desarrollo de estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas en el período posterior al registro* ([CDIP/27/7](#))

## 2.10 Contribución a los resultados previstos del programa de trabajo y presupuesto de la OMPI

### Programa de trabajo y presupuesto para 2024/25

1.1 Una comunicación y una implicación más sólidas en todo el mundo para aumentar la concienciación y el conocimiento sobre la forma en que la PI puede mejorar la vida de la humanidad en su conjunto, y en todas partes.

4.1 Un uso más eficaz de un sistema equilibrado de PI para apoyar el crecimiento y el desarrollo de todos los Estados miembros y sus regiones y subregiones, entre otras cosas, mediante la implantación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo.

4.2 Desarrollo de ecosistemas equilibrados y eficaces de PI, innovación y creatividad en los Estados miembros.

4.4 Más innovadores, creadores, pymes, universidades, instituciones de investigación y

comunidades sacan provecho de la PI.

### 2.11 Riesgos y medidas de mitigación

**Riesgo 1:** Participación limitada de las partes interesadas.

**Medida de mitigación 1:** Se elaborará un amplio plan de participación.

**Riesgo 2:** Número limitado de expertos locales especializados en el desarrollo de operaciones para la gestión de marcas colectivas.

**Medida de mitigación 2:** Hacer que expertos especializados a nivel internacional proporcionen la formación, orientación y asistencia necesarias.

### 3.CALENDARIO PROVISIONAL DE EJECUCIÓN

Aportes concretos del proyecto	Trimestres							
	Año 1				Año 2			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Actividades previas a la ejecución: <sup>1</sup> - Consultas con los coordinadores nacionales y regionales								
Un programa de formación práctica y material conexo sobre el registro, la gestión y el uso de marcas colectivas	X	X	X	X				
Formación para formadores sobre el programa de formación práctica y el material conexo para el personal de las oficinas nacionales de PI				X				
Una herramienta/guía práctica sobre gestión y uso de marcas colectivas para pymes y comunidades locales			X	X	X	X		
Talleres sobre la herramienta/guía práctica para pymes y comunidades locales						X		
Una estrategia de desarrollo de operaciones para los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros)					X	X	X	
Talleres sobre la estrategia de desarrollo de operaciones para pymes y comunidades locales							X	
Evaluación del proyecto								X
Acto paralelo del CDIP								X

<sup>1</sup> La ejecución se iniciará únicamente cuando se hayan llevado a cabo las actividades previas.

#### 4. PRESUPUESTO DEL PROYECTO POR PRODUCTO

<i>(en francos suizos)</i>	Año 1		Año 2		Total
	Personal	No relativos al personal	Personal	No relativos al personal	
Un programa de formación práctica y material conexo sobre el registro, la gestión y el uso de marcas colectivas	-	40 000	-	-	40 000
Formación para formadores sobre el programa de formación práctica y el material conexo para el personal de las oficinas nacionales de PI	-	60 000	-	-	60 000
Una herramienta/guía práctica sobre gestión y uso de marcas colectivas para pymes y comunidades locales	-	40 000	-	-	40 000
Talleres sobre la herramienta/guía práctica para pymes y comunidades locales	-	-	-	60 000	60 000
Una estrategia de desarrollo de operaciones para los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros)	-	-	-	30 000	30 000
Talleres sobre la estrategia de desarrollo de operaciones para pymes y comunidades locales	-	-	-	60 000	60 000
Evaluación del proyecto	-	-	-	15 000	15 000
Actividad paralela del CDIP	-	-	-	15 000	15 000
<b>Total</b>	-	<b>140 000</b>	-	<b>180 000</b>	<b>320 000</b>

## 5. PRESUPUESTO DEL PROYECTO POR CATEGORÍA DE GASTO

<i>(francos suizos)</i>	Viajes, formación y subvenciones			Servicios contractuales				Total
	Misiones del personal	Viajes de terceros	Subvenciones para formación y viajes	Conferencias	Publicaciones	Servicios contractuales individuales	Otros servicios contractuales	
Actividades								
Un programa de formación práctica y material conexo sobre el registro, la gestión y el uso de marcas colectivas	-	-	-	-	6 000	34 000	-	40 000
Formación para formadores sobre el programa de formación práctica y el material conexo para el personal de las oficinas nacionales de PI	20 000	20 000	20 000	-	-	-	-	60 000
Una herramienta/guía práctica sobre gestión y uso de marcas colectivas para pymes y comunidades locales	-	-	-	-	6 000	34 000	-	40000
Talleres sobre la herramienta/guía práctica para pymes y comunidades locales	20 000	20 000	20 000	-	-	-	-	60 000
Una estrategia de desarrollo de operaciones para los titulares de registros de marcas colectivas (actuales y futuros)	-	-	-	-	6 000	24 000	-	30 000
Talleres sobre la estrategia de desarrollo de operaciones para pymes y comunidades locales	20 000	20 000	20 000	-	-	-	-	60 000
Evaluación del proyecto	-	-	-	-	-	15 000	-	15 000
Actividad paralela del CDIP	-	-	-	15 000	-	-	-	15 000
<b>Total</b>	<b>60 000</b>	<b>60 000</b>	<b>60 000</b>	<b>15 000</b>	<b>18 000</b>	<b>107 000</b>	<b>-</b>	<b>320 000</b>

[Fin del Anexo y del documento]