



---

CDIP/25/8  
ORIGINAL: INGLÉS  
FECHA: 18 DE MARZO DE 2020

## Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

**Vigesimoquinta sesión**  
**Ginebra, 18 a 22 de mayo de 2020**

PROPUESTA DE PROYECTO PRESENTADA POR LA REPÚBLICA DE INDONESIA  
Y LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS SOBRE LA PROMOCIÓN DEL USO DE LA  
PROPIEDAD INTELECTUAL EN LOS PAÍSES EN DESARROLLO PARA LAS  
INDUSTRIAS CREATIVAS DE LA ERA DIGITAL

*preparada por la Secretaría*

1. En una Nota verbal dirigida a la Secretaría el 16 de marzo de 2020, la Misión Permanente de la República de Indonesia ante las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio y otras organizaciones internacionales con sede en Ginebra presentó una propuesta de proyecto sobre la promoción del uso de la propiedad intelectual (PI) en los países en desarrollo para las industrias creativas de la era digital con el fin de someterla a la consideración de la vigesimoquinta sesión del CDIP.
2. En el Anexo del presente documento figuran la Nota verbal y la propuesta de proyecto.
3. *Se invita al Comité a examinar el Anexo del presente documento.*

[Siguen los Anexos]

[Traducción por la Oficina Internacional de una carta con fecha 16 de marzo de 2020]

Enviada por: Misión Permanente de la República de Indonesia  
Destinatario: Secretaría de la OMPI  
Objeto: Propuesta de proyecto sobre la promoción del uso de la propiedad intelectual (PI) en los países en desarrollo para las industrias creativas de la era digital

La Misión Permanente de la República de Indonesia ante las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio y otras organizaciones internacionales con sede en Ginebra saluda atentamente a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y tiene el honor de remitir adjunta una nueva propuesta de proyecto de la Agenda para el Desarrollo (proyecto de la AD) con el fin de someterla a la consideración de la vigesimoquinta sesión del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual, que se celebrará del 18 al 22 de mayo de 2020.

A juicio del Gobierno de la República de Indonesia, la propuesta de proyecto titulada "Promoción del uso de la propiedad intelectual en los países en desarrollo para las industrias creativas de la era digital" ayudará a fortalecer y desarrollar las industrias creativas mejorando cuantitativa y cualitativamente el uso del sistema de propiedad intelectual por parte de las empresas locales, así como a incrementar la capacidad de las autoridades de propiedad intelectual de los países participantes en esta era digital.

A este respecto, la Misión Permanente de la República de Indonesia también desea recurrir a los buenos oficios de la Secretaría de la OMPI para que revise y complete la propuesta anteriormente mencionada, entre otros elementos, con un plan de necesidades presupuestarias, para garantizar su aprobación oportuna por los miembros de la OMPI en el marco del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual.

La Misión Permanente de la República de Indonesia ante las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio y otras organizaciones internacionales con sede en Ginebra aprovecha la oportunidad para reiterar a la OMPI el testimonio de su más alta consideración.

(Firmada)

Con copia: Presidente del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual

[Sigue la propuesta]

**PROPUESTA DE PROYECTO DE LAS DELEGACIONES DE INDONESIA Y LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS**

**PROPUESTA DE PROYECTO**

1. RESUMEN	
<u>Código del proyecto</u>	DA_1_4_10_12_19_24_27_01
<u>Título</u>	<i>Promoción del uso de la propiedad intelectual (PI) en los países en desarrollo para las industrias creativas de la era digital</i>
<u>Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo</u>	1, 4, 10, 12, 19, 24 y 27
<u>Breve descripción del proyecto</u>	La propuesta de proyecto tiene el propósito de fortalecer y desarrollar las industrias creativas mejorando cuantitativa y cualitativamente el uso del sistema de PI por parte de las empresas locales, así como de incrementar la capacidad de las autoridades de PI de los países participantes a la luz de los cambios en la era digital. En concreto, el proyecto tiene por objeto: 1) posibilitar que los agentes de las industrias creativas protejan, gestionen, ejerzan y hagan cumplir los derechos de propiedad intelectual (PI) a fin de respaldar la comercialización de productos y servicios creativos y culturales, y 2) establecer redes entre industrias creativas locales para facilitar la transferencia de información, la cooperación y el desarrollo.
<u>Programa de ejecución</u>	Por determinar
<u>Vínculos con otros programas relacionados o proyectos de la Agenda para el Desarrollo</u>	DA_8_01, DA_8_02, DA_19_30_31, DA_16_20_01 y DA_16_20_02, DA_16_20_03
<u>Vínculos con los resultados previstos en el presupuesto por programas</u>	Resultado previsto III.2: Aumento de las capacidades en recursos humanos para hacer frente a la gran diversidad de exigencias que supone la utilización eficaz de la PI para fomentar el desarrollo en los países en desarrollo, PMA y países con economías en transición.  Resultado previsto IV.2: Mejora del acceso y uso de información de PI por parte de instituciones de PI y el público para fomentar la innovación y la creatividad.

	Resultado previsto III.6: Mayor capacidad de las pymes, las universidades y las instituciones de investigación para utilizar eficazmente la PI con el fin de apoyar la innovación.
<u>Duración del proyecto</u>	30 meses
<u>Presupuesto del proyecto</u>	<i>Gastos no relativos al personal:</i> por determinar
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	
2.1. <u>Introducción a la cuestión</u>	
<p>Las industrias creativas se encuentran entre los sectores que más rápidamente se desarrollan en numerosas economías, especialmente de países en desarrollo. Únicamente en 2018, las industrias creativas aportaron cerca de 8,8 billones de dólares de los EE.UU. al PIB mundial y registraron un crecimiento del 3,9%.<sup>1</sup></p> <p>Las industrias creativas crecen y prosperan tendiendo puentes entre la cultura, la economía y la tecnología. La innovación en estas industrias es a menudo fruto de un proceso colectivo en el que intervienen muchos actores y partes interesadas con necesidades específicas en materia de PI. El sistema de PI siempre se ha considerado uno de los principales instrumentos de política para regular la actividad de las industrias creativas. Es necesario que el sistema de PI pueda ser plenamente aprovechado tanto por las industrias que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individuales como por las industrias con capacidad de crear riqueza y puestos de trabajo mediante la generación y explotación de la PI. Los actores de estas industrias crean constantemente productos a los que atañe un derecho de PI concreto, o una combinación de distintos tipos de derechos de PI, como el derecho de autor, las patentes, los diseños (dibujos o modelos) y las marcas.</p> <p>Sin duda, uno de los desafíos más acuciantes que la economía creativa afronta en la actualidad es cómo promover la función que la PI desempeña en el crecimiento de los sectores de esta economía para propiciar un desarrollo socioeconómico sostenido, principalmente al impartir enseñanza y formación a las partes interesadas pertinentes sobre la manera de proteger, gestionar, ejercer y hacer valer los derechos de PI en las industrias creativas. Las industrias creativas necesitan abundantes estímulos y pueden tener importantes lagunas de conocimientos; sus partes interesadas son numerosas y muy diversas y abarcan desde los sectores culturales y artesanales tradicionales, en los que predominan las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes), hasta las nuevas empresas de la era digital.</p> <p>La necesidad de poder aprovechar plenamente el sistema de PI se ha vuelto aún más decisiva en la era digital. La digitalización y el progreso de las tecnologías de la información han dado lugar a un mayor número de oportunidades y desafíos para las industrias creativas y han cambiado la forma de comercializar, distribuir y consumir los productos y servicios creativos. El avance de la digitalización ha reducido los obstáculos de acceso y brinda oportunidades más igualitarias para que personas de todas las naciones trabajen en las industrias creativas.</p>	

<sup>1</sup> Consejo Mundial de Viajes y Turismo, "Travel & Tourism continue strong growth above global GDP", 27 de febrero de 2019, <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/travel-tourism-continues-strong-growth-above-global-gdp/>.

Gracias al acceso a la información y las investigaciones en Internet, el aumento de la interconectividad y la participación de la propia industria creativa en la era digital, las empresas creativas han podido ofrecer sus productos y servicios a un público más amplio y diverso. La era digital también ha posibilitado la colaboración entre talentos de todo el mundo y ha propiciado una cantidad sin precedentes de ideas y productos.

No obstante, la era digital también plantea desafíos singulares a las empresas creativas, sobre todo en el ámbito de la PI. El predominio de las plataformas en línea, principalmente las dedicadas al comercio electrónico, ha intensificado la necesidad de reconocer nombres de marca y diseños, para lo que es preciso utilizar marcas y diseños industriales. Además, las nuevas oportunidades de cooperación derivadas de la digitalización han hecho que los sectores creativos deban comprender urgentemente cómo proteger sus ideas e innovaciones y cómo compartirlas por conducto de acuerdos de licencia u otras vías de colaboración. Otro desafío decisivo de la era digital es la necesidad de garantizar mecanismos sólidos para hacer cumplir los derechos de PI. El mayor grado de conectividad puede constituir un riesgo para las partes interesadas que tengan un bajo nivel de alfabetización digital o no protejan su PI. Por ejemplo, la violación de los derechos y la falsificación de marcas y diseños de productos se traducirán en pérdidas de ingresos y conllevarán además otros efectos menos tangibles, pero reales, como la pérdida de reputación.

Al mismo tiempo se presentan oportunidades que estas empresas no aprovechan suficientemente, sobre todo en los países en desarrollo. En dichos países, tanto gobiernos como empresas privadas suelen tener una alfabetización digital inferior a la de sus homólogos de países desarrollados, siguen dependiendo del *marketing* tradicional y la distribución física y apenas cuentan con estrategias de desarrollo de marcas, lo que restringe su acceso a la información y a posibles mercados.

En consecuencia, se deben lograr dos objetivos primordiales y relacionados entre sí para proteger las industrias creativas de los países en desarrollo. El primero consiste en fortalecer la capacidad de las empresas locales integradas en las industrias creativas y de las autoridades nacionales, incluidas las Oficinas de PI, para utilizar y aprovechar las herramientas y estrategias de PI con el fin de agregar valor en pro de la diferenciación de sus productos y servicios y diversificar sus actividades económicas en la era digital. El segundo, que es imprescindible para respaldar la consecución del primero, consiste en establecer redes entre industrias creativas locales para facilitar la transferencia de información, la cooperación y el desarrollo.

A los efectos de este proyecto se entiende que las industrias creativas comprenden los siguientes sectores: aplicaciones y juegos, arquitectura, arquitectura de interior, diseño de la comunicación visual, diseño de productos, moda, sector cinematográfico, animación y sector del vídeo, fotografía, artesanía, sector culinario, música, sector editorial, publicidad, artes escénicas, bellas artes, radiodifusión y servicios turísticos.

El concepto de las industrias creativas se puede aplicar por ejemplo al turismo, que constituye un sector importante de estas industrias, ya que aporta valor a bienes culturales y creativos, aumenta la base de destinatarios de los productos creativos, respalda la innovación, mejora la imagen de países y regiones, abre nuevos mercados de exportación y contribuye a las redes profesionales y al desarrollo del conocimiento. A su vez, las industrias creativas posibilitan la elaboración y diversificación de experiencias y productos turísticos, revitaliza los productos turísticos existentes, suministra la tecnología creativa necesaria para formular y mejorar

experiencias turísticas, ambienta los destinos turísticos y ayuda a superar las limitaciones de los modelos tradicionales de turismo cultural.<sup>2</sup>

## 2.2. Objetivos

La propuesta de proyecto se plantea con el propósito de fortalecer y desarrollar las industrias creativas de los países participantes y, en particular, tiene por objeto:

- a) conocer los motivos por los que las industrias creativas de los países participantes no utilizan suficientemente el sistema de PI y el grado de esa infrautilización;
- b) definir cómo puede utilizarse el sistema de PI para prestar apoyo a los ecosistemas singulares de las industrias creativas de los respectivos países participantes, especialmente en relación con la protección, la gestión, el ejercicio y la observancia de los derechos de PI;
- c) crear centros de industrias creativas (CIC) a escala regional y nacional que, en la medida de lo posible, estén fundamentalmente integrados por organismos gubernamentales (Oficina de PI, organismo de economía creativa y otras entidades pertinentes) y por empresas y talentos que asuman, entre otras, las siguientes responsabilidades principales:
  - i) ayudar a coordinar iniciativas y proyectos conjuntos entre el sector público y el privado para sensibilizar a las industrias creativas en materia de PI;
  - ii) asumir la función de coordinador y promotor principal de eventos, comprendidos seminarios y talleres, con el propósito de formar, empoderar y reforzar las redes entre gobiernos locales y empresas creativas en cuanto a las estrategias para gestionar y explotar la PI, y
  - iii) difundir información a las empresas de las industrias creativas, especialmente acerca de las modificaciones en el ámbito reglamentario o empresarial;
- d) fortalecer las redes inter e intrasectoriales de miembros de las industrias creativas a fin de favorecer la colaboración y facilitar la transferencia de conocimientos, por ejemplo, organizando eventos y encuentros para el establecimiento de redes y actividades de formación y enseñanza;
- e) establecer programas de formación y enseñanza que abarquen actividades tales como seminarios y talleres para sensibilizar acerca de cuestiones como las siguientes:
  - i) la función que puede desempeñar el sistema de PI para propiciar la creatividad y la innovación de ideas;
  - ii) los procesos de registro en materia de PI, los costos derivados y las vías para facilitar la utilización del sistema de PI;

<sup>2</sup> OCDE (2014), *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1789/9789264207875-en>.

- iii) la necesidad de respetar y hacer cumplir los derechos de PI como activos primordiales para las industrias creativas;
- f) establecer vías regionales y nacionales de comunicación entre empresas creativas y abogados, entre otros fines, para recibir asesoramiento jurídico y formación.

### 2.3. Estrategia de ejecución

Los objetivos del proyecto se lograrán mediante los siguientes productos y actividades:

Producto 1: Mejor comprensión de los motivos por los que las industrias creativas no utilizan suficientemente el sistema de PI y el grado de esa infrutilización.

Actividades:

- a) efectuar un examen de la bibliografía existente sobre la situación de las empresas creativas en lo que respecta a su acceso al sistema de PI y a cómo lo utilizan, por ejemplo, a los efectos de calcular, gestionar y proteger los activos;
- b) recopilar buenas prácticas, modelos y ejemplos de programas e iniciativas concebidos para ayudar a las empresas creativas a mantener una gestión y observancia adecuadas de los derechos de PI.

Producto 2: Referencia nacional establecida en cuatro países participantes.

Actividades:

- a) recopilar información sobre las dificultades que afrontan las industrias creativas para proteger la PI, principalmente en relación con su acceso al sistema de PI y su utilización de este, así como para proteger y comercializar la PI creativa en los cuatro países;
- b) recopilar información y elaborar un esquema de los procesos de registro de derechos de PI y los obstáculos que las industrias creativas pueden afrontar en cada etapa en los cuatro países;
- c) recopilar información sobre las dificultades respecto de la gestión de la PI a escala nacional que afrontan actualmente, entre otras autoridades nacionales, las Oficinas de PI;
- d) determinar los coordinadores nacionales, las partes interesadas, los productores creativos y empresas creativas de *marketing* de primer orden, las empresas principales, los abogados dispuestos a prestar asesoramiento jurídico, etcétera.

Producto 3: Materiales adaptados a las industrias creativas para la formación de las partes interesadas pertinentes en materia de protección, gestión, ejercicio y observancia de derechos de PI.

Actividades:

- a) elaborar materiales para los gobiernos en que se indique la manera en que la gestión y la observancia de los derechos de PI pueden mejorar las industrias creativas, las estrategias de políticas destinadas a aumentar la accesibilidad para utilizar sistemas de PI y la gestión de tales sistemas;
- b) elaborar materiales para empresas creativas que aborden la identificación, la gestión y la observancia de sus derechos de PI como activos comerciales.

Producto 4: Mayor sensibilización de las empresas de las industrias creativas sobre la importancia de utilizar el sistema de PI y capacidad para adoptar decisiones estratégicas fundamentadas al respecto.

Actividades:

- a) cooperar con asociaciones u organizaciones nacionales del sector privado u organismos gubernamentales a fin de crear programas conjuntos para divulgar conocimientos sobre oportunidades de colaboración y la protección y gestión de la PI;
- b) celebrar tres eventos nacionales para empresas de las industrias creativas con miras a propiciar un mejor conocimiento de la importancia de la protección y gestión de la PI y de las estrategias empresariales de PI;

Producto 5: Redes establecidas y oportunidades de orientación entre agentes de las industrias creativas.

Actividades:

- a) crear una base de datos con los nombres, expedientes y datos de contacto de los orientadores y los posibles destinatarios de dicha orientación que las empresas locales de las industrias creativas puedan consultar con o sin conexión a Internet;
- b) celebrar dos eventos de formación y establecimiento de redes para poner en contacto a los miembros de las redes mencionadas con las empresas de posibles orientadores.

Producto 6: Establecimiento de plataformas nacionales y regionales para empresas creativas centradas en la gestión de la PI.

Actividades:

- a) crear una base de datos con los nombres, expedientes y datos de contacto de las empresas creativas de *marketing* que pueda consultarse con o sin conexión a Internet en los CIC del país;
- b) designar un coordinador nacional y centros regionales de coordinación para sectores empresariales.

Producto 7: Mayor sensibilización y mejor gestión del sistema de PI por parte de, entre otras autoridades nacionales, las Oficinas de PI.

Actividad:

crear un programa de formación en que se indique la manera en que la gestión y la observancia de los derechos de PI pueden mejorar las industrias creativas, las estrategias de políticas destinadas a aumentar la accesibilidad para utilizar sistemas de PI y la gestión de tales sistemas.

Para el proyecto piloto se seleccionarán cuatro (4) países en desarrollo o PMA cuyas industrias creativas experimenten un crecimiento sustancial. La selección de tres países piloto, además de Indonesia, se basará en los siguientes criterios:

1. existencia de un marco nacional para la protección de la PI;
2. acceso a Internet de, como mínimo, el 50% de la población;
3. presencia de un gran número de empresas creativas cuyos productos se ajustan a los criterios en materia de PI;
4. existencia de asociaciones u organizaciones nacionales o locales que se dediquen a prestar apoyo a las empresas creativas o de instituciones u órganos gubernamentales encargados de dicho sector;
5. interés y capacidad fehacientes de las partes interesadas, incluidas las empresas y las asociaciones, organizaciones o instituciones gubernamentales anteriormente mencionadas, de participar de forma eficaz en la ejecución del proyecto;
6. contribución sustancial de las industrias creativas a las economías regionales o nacionales;
7. disponibilidad de recursos para continuar el trabajo tras la conclusión del proyecto.

Además, se seleccionarán los países piloto con miras a garantizar el equilibrio geográfico y la diversidad en el desarrollo socioeconómico.

Los Estados miembros que estén interesados en participar en el proyecto como países piloto presentarán una propuesta que contenga, como mínimo, la siguiente información:

- a) datos sobre la protección de la PI y el acceso a Internet en el país que de preferencia aborden el nivel de alfabetización digital;
- b) las asociaciones u organizaciones nacionales o locales y las instituciones gubernamentales dedicadas específicamente a la protección y gestión de la PI y al asesoramiento empresarial para las industrias creativas que estén capacitadas para coordinarse con la Secretaría de la OMPI;
- c) legislación e instituciones de apoyo creadas para proteger la PI en consonancia con las normas de la OMPI;
- d) capacidad del organismo o institución principal y otras partes interesadas para seguir aplicando las estrategias propuestas una vez que finalice el actual proyecto.

El proceso de selección antes mencionado permitirá que el equipo que se ocupa del proyecto (organismo/institución principal a nivel nacional y equipo de la OMPI de gestión del proyecto) evalúe el compromiso y las capacidades reales de los posibles candidatos en lo que respecta a invertir tiempo y recursos en el proceso.

<p>2.4. <u>Posibles riesgos y medidas paliativas</u></p> <p>Riesgo 1: Puede que no se haya establecido una red nacional de industrias creativas vinculada al sistema de PI.</p> <p>Mitigación 1: La dirección del proyecto cooperará con los organismos gubernamentales pertinentes e incluirá la ejecución del proyecto entre las prioridades actuales del gobierno en lo que respecta al desarrollo de las industrias creativas.</p> <p>Riesgo 2: Puede que las empresas no perciban ningún beneficio real derivado de la utilización del sistema de PI.</p> <p>Mitigación 2: Antes de seleccionar los países deberán evaluarse minuciosamente el tipo de empresas creadas por los agentes locales y las condiciones del mercado en cuestión.</p>	
<p>3. SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN</p>	
<p>3.1. <u>Calendario de supervisión del proyecto</u></p>	
<p>El proyecto se revisará dos veces al año y se presentará un informe de situación al CDIP y a las asociaciones/organizaciones/instituciones gubernamentales del país. Al final del proyecto, se efectuará una evaluación independiente y se presentará el informe correspondiente al CDIP.</p>	
<p>3.2. <u>Evaluación interna del proyecto</u></p>	
<p><i>Productos del proyecto</i></p>	<p><i>Indicadores de finalización satisfactoria (indicadores de productos)</i></p>
<p>1. Mejor comprensión de los motivos por los que las industrias creativas no utilizan suficientemente el sistema de PI y el grado de esa infrautilización.</p>	<p>i. Elaboración de informes exhaustivos sobre cada uno de los cuatro países a partir de entrevistas, encuestas y otros medios de recopilación de información preliminar.</p>
<p>2. Referencias nacionales establecidas en cuatro países participantes.</p>	<p>i. Recopilación de información sobre las dificultades que afrontan las empresas de las industrias creativas en relación con la protección y la gestión de la PI;</p> <p>ii. Elaboración de un esquema del proceso de registro de PI y los obstáculos que pueden afrontar las empresas de las industrias creativas;</p> <p>iii. Lista de coordinadores nacionales y partes interesadas que serán los principales beneficiarios de la ejecución del proyecto.</p>
<p>3. Elaboración de materiales adaptados a las industrias creativas para la formación de las partes interesadas pertinentes en materia de protección, gestión,</p>	<p>i. Identificación de las herramientas significativas de PI que podrían utilizar las empresas de las industrias creativas.</p>

ejercicio y observancia de los derechos de PI.	
4. Mayor sensibilización de los gobiernos locales y las empresas creativas acerca de la importancia de utilizar el sistema de derechos de PI y el <i>marketing</i> digital, y capacidad para adoptar decisiones estratégicas fundamentadas al respecto.	i. Un alto porcentaje de los participantes en eventos nacionales indicaron conocer mejor la importancia de la protección y gestión de la PI y de las estrategias empresariales en materia de PI.
5. Redes establecidas y oportunidades de orientación entre agentes de la industria y productores creativos.	i. Un alto porcentaje de los participantes en eventos nacionales indicaron conocer mejor la importancia de la colaboración para el desarrollo de las industrias creativas; ii. Elaboración de una lista de asociaciones de las industrias creativas e identificación de posibles orientadores para las actividades nacionales que se realicen tras la conclusión del proyecto.
6. Establecimiento de plataformas para poner en contacto a empresas y productores creativos con empresas creativas de <i>marketing</i> .	i. Designación de un coordinador nacional y de centros regionales de coordinación de cuyo mantenimiento se encargarán los organismos gubernamentales de los países participantes para velar por la sostenibilidad de la repercusión del proyecto tras su conclusión.

<i>Objetivos del proyecto</i>	<i>Indicadores de logro de los objetivos del proyecto (indicadores de efectos)</i>
1. Fortalecer la capacidad de las empresas locales integradas en las industrias creativas y de las autoridades nacionales, incluidas las Oficinas de PI, para utilizar y aprovechar las herramientas y estrategias de PI con el fin de agregar valor en pro de la diferenciación de sus productos y servicios y diversificar sus actividades económicas en la era digital.	i. Número de empresas locales de las industrias creativas que, después del proyecto, han puesto en marcha planes para utilizar y aprovechar herramientas de PI para agregar valor a sus productos o servicios. ii. Número y pertinencia de las actividades de fortalecimiento de capacidades llevadas a cabo por autoridades nacionales, incluidas Oficinas de PI, con objeto de prestar servicios de asesoramiento sobre el uso de herramientas de PI en el sector de las industrias creativas. iii. Porcentaje de participantes que indicaron conocer mejor las posibles contribuciones de la PI a las industrias creativas.

<p>2. Establecer redes entre industrias creativas locales para facilitar la transferencia de información, la cooperación y el desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>i. Número de participantes en los eventos nacionales y redes creadas en el marco del proyecto.</li><li>ii. Grado de acceso y utilización de la compilación de los principales productos y conclusiones fruto del proyecto por parte de otros Estados miembros y partes interesadas concernidos.</li></ul>
---	---

[Sigue el Anexo II]

4. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

Año 2020

Resultado	Actividad	Trimestres 2020	
		3°	4°
1	Efectuar un examen de la bibliografía existente sobre la situación de las empresas de las industrias creativas en lo que respecta a su acceso al sistema de PI y a cómo lo utilizan.	x	x
2	Recopilar buenas prácticas, modelos y ejemplos de programas e iniciativas concebidos para ayudar a las empresas de las industrias creativas.	x	x
3	Efectuar una evaluación de cada país participante para determinar los desafíos y obstáculos que afrontan las empresas de las industrias creativas en relación con el acceso al sistema de PI y la utilización de este.	x	x
4	Identificar a los coordinadores nacionales, partes interesadas, instituciones competentes, organizaciones y personas que trabajan en este ámbito, así como a posibles mentores, principales empresas locales de las industrias, etcétera.	x	x

5	Elaborar programas de sensibilización adecuados y adaptados a las necesidades y características de las diferentes categorías de partes interesadas.	-	x
6	Elaborar materiales pertinentes para efectuar ponencias en talleres o eventos nacionales en el marco del proyecto.	x	x
4	Recabar el material existente en la OMPI que pueda servir para elaborar un módulo de formación.	x	x

Año 2021

Resultado	Actividad	Trimestres 2021			
		1°	2°	3°	4°
1	Efectuar una evaluación de cada país participante para determinar los desafíos y obstáculos que afrontan las empresas de las industrias creativas en relación con el acceso al sistema de PI y la utilización de este.	x	-	-	-
2	Seleccionar una institución, centro u organización en cada país participante y establecer una unidad o determinar un coordinador que se encargue de prestar apoyo a las empresas locales de las industrias creativas.	x	x	x	x
3	Llevar a cabo programas de fortalecimiento de la capacidad mediante actividades de formación destinados a los centros seleccionados a fin de prestar apoyo a las empresas de las industrias creativas.	-	x	-	x
4	Crear una lista de las principales empresas de las industrias creativas.	-	x	x	x

5	Establecer, según sea necesario, alianzas con universidades u otras partes interesadas a fin de ampliar el grupo de asociados que pudieran estar disponibles en el marco de la ejecución del proyecto.	-	x	x	x
6	Organizar eventos de creación de redes para facilitar que las empresas de las industrias creativas y los posibles inversores se reúnan y compartan experiencias, determinen problemas comunes y busquen soluciones.	-	x	x	x

Año 2022

Resultado	Actividad	Trimestres 2022			
		1º	2º	3º	4º
1	Al final del proyecto, elaborar una herramienta que comprenda lo siguiente: i) la metodología seguida para la ejecución del proyecto; ii) las enseñanzas adquiridas, y iii) el material elaborado durante el proyecto para que pueda utilizarse en otros proyectos similares.	x	x	x	-
2	Informe de evaluación	-	-	-	x

[Fin del Anexo II y del documento]