

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Vigesimocuarta sesión
Ginebra, 18 a 22 de noviembre de 2019

PROPUESTA REVISADA DE PROYECTO PRESENTADA POR EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA SOBRE EL REGISTRO DE MARCAS COLECTIVAS DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES COMO EJE TRANSVERSAL DE DESARROLLO ECONÓMICO

Documento preparado por la Secretaría

1. El Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP), en su vigesimotercera sesión, examinó el documento CDIP/23/15 relativo a la *Propuesta de proyecto presentada por el Estado Plurinacional de Bolivia sobre el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico*. El Comité “valoró positivamente la propuesta de proyecto y pidió al Estado Plurinacional de Bolivia que colabore con la Secretaría para seguir desarrollando el proyecto para su examen en la próxima sesión”.
2. El Anexo del presente documento contiene una propuesta revisada de proyecto del Estado Plurinacional de Bolivia, preparada con el apoyo de la Secretaría de la OMPI.
3. *Se invita al CDIP a considerar el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]

RECOMENDACIONES 1, 4 Y 10 DE LA AGENDA PARA EL DESARROLLO

DOCUMENTO DEL PROYECTO

1. RESUMEN	
<u>Código del proyecto</u>	DA_1_4_10_01
<u>Título</u>	Registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico
<u>Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo</u>	<p><i>Recomendación 1:</i> La asistencia técnica de la OMPI deberá, entre otras cosas, estar orientada a potenciar el desarrollo y 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 su calendario de ejecución. 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 propiedad intelectual 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 propiedad intelectual y el interés público. Este tipo de asistencia técnica debe beneficiar también a las organizaciones regionales y subregionales de propiedad intelectual.</p>
<u>Breve descripción del proyecto</u>	<p>El proyecto pretende que la oficina nacional competente (el SENAPI, en el caso del Estado Plurinacional de Bolivia, o la oficina que corresponda en cada país beneficiario) se convierta en una entidad articuladora entre el registro de marcas colectivas y el desarrollo local a partir del apoyo a las pymes promoviendo prácticas que generen una imagen positiva de su producto, la comercialización a escala nacional, el vínculo con prácticas tradicionales y el valor agregado por la priorización de productos orgánicos y ambientalmente sostenibles.</p> <p>La propuesta consiste en conformar una “incubadora de marcas colectivas”, con la participación del SENAPI y las entidades privadas y públicas vinculadas pertinentes (según corresponda en cada país beneficiario), que tendrá el encargo de evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de los productos y servicios que aquellos</p>

	<p>seleccionen, proporcionar servicios de asesoría técnica de protección de la marca y brindar asistencia en el registro de marcas colectivas.</p> <p>De esa manera se contribuirá al crecimiento económico y al desarrollo de las regiones de todo el Estado Plurinacional de Bolivia (y de otros tres países en desarrollo) mediante el aprovechamiento de las relaciones entre el capital social, los emprendimientos productivos y la propiedad intelectual.</p> <p>Se requerirá asistencia técnica en tres etapas. En la primera, se buscarán emprendedores y otras partes interesadas que puedan beneficiarse del registro de una marca colectiva. En la segunda, se creará y registrará la marca colectiva. En la tercera, se brindará asistencia a través de actividades de sensibilización y capacitación con miras a contribuir a la sostenibilidad de la marca.</p> <p><u>Resultados esperados del proyecto</u> La estructuración de un sistema de apoyo y fortalecimiento para facilitar el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal del desarrollo económico productivo.</p>
<p><u>Programa de ejecución</u></p>	<p>8</p>
<p><u>Vínculos con otros programas o con proyectos de la AD</u></p>	<p>Programas: 2, 6, 9 y 30</p> <p>Proyectos: DA_4_10_01, “La PI y el desarrollo de marcas de productos para fomentar las actividades comerciales en los países en desarrollo y los PMA”; DA_4_10_02, “Proyecto piloto sobre la propiedad intelectual (PI) y la gestión de diseños para fomentar las actividades comerciales en los países en desarrollo y los países menos adelantados (PMA)”;</p> <p>DA_1_10_12_01, “Propiedad intelectual y turismo gastronómico en el Perú y otros países en desarrollo: fomento del desarrollo del turismo gastronómico a través de la propiedad intelectual”; DA_1_10_12_40_01, “Propiedad intelectual, turismo y cultura: apoyo a los objetivos de desarrollo y promoción del patrimonio cultural de Egipto y otros países en desarrollo”</p>
<p><u>Vínculos con los resultados previstos en el presupuesto por programas</u></p>	<p><i>Resultado previsto III.1.</i> Estrategias y planes nacionales de innovación y PI que estén en sintonía con los objetivos nacionales de desarrollo.</p> <p><i>Resultado previsto III.2:</i> Mejora de las capacidades en el ámbito de los 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.</p> <p><i>Resultado previsto III.6:</i> Mayor capacidad de las pymes, las universidades y las instituciones de investigación para utilizar eficazmente la PI con el fin de apoyar la innovación.</p>

<u>Duración del proyecto</u>	24 meses
<u>Presupuesto del proyecto</u>	Presupuesto Total: 450.000 francos suizos, de los cuales 325.000 francos suizos corresponden a gastos no relativos al personal y 125.000 a recursos de personal

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

2.1. Introducción

En muchos países de la región, las pymes aprovechan las ventajas comparativas que obtienen al formar grupos, tradicionalmente federaciones o asociaciones que complementan su acceso a los mercados mediante la especialización de la oferta de sus productos o mediante servicios organizados por sectores geográficos o industriales.

La mayoría de emprendimientos socio-comunitarios identificados por el SENAPI operan de forma colectiva pero desconocen las ventajas del uso de una marca colectiva, por lo que se requiere una amplia difusión de los alcances, beneficios y contribuciones de las pymes, que pueden representar una ventaja comparativa, pues al ser empresas relativamente pequeñas adquieren mayor dinamismo colectivo. Las pequeñas empresas operan sin un gran aparato burocrático y poseen mucha mayor flexibilidad para adaptarse a las condiciones del mercado. Una ventaja es también el trabajo en equipo, que beneficia a las economías de escala y lleva a un mayor reconocimiento de su "producto de marca", en las mismas condiciones que las empresas de mayor tamaño.

2.2. Objetivos

Objetivo general:

Desarrollar un sistema de apoyo y fortalecimiento para facilitar el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico.

Objetivos específicos:

1. Diseñar una estrategia de sensibilización, información y difusión sobre ventajas, oportunidades y beneficios del registro de marcas colectivas como propiedad intelectual de pequeños emprendimientos comunitarios.
2. Contribuir al fortalecimiento de una estructura institucional para apoyar la identificación, desarrollo y registro de marcas colectivas.
3. Promover mecanismos de protección, salvaguarda y apoyo a pequeños emprendimientos a partir del uso de marcas colectivas.

2.3. Estrategia

A. Alcance

El proyecto se ejecutará en el Estado Plurinacional de Bolivia y otros tres países beneficiarios, teniendo en cuenta el apoyo y las líneas de cooperación conjunta de la OMPI.

B. Criterios para la selección de los países beneficiarios

La selección de los otros tres países piloto se basará en los siguientes criterios, entre otros:

1. Designación de un coordinador nacional que actuará como representante institucional del país.
2. Existencia de instituciones de protección y un marco legislativo para las marcas colectivas;
3. Preferiblemente, existencia de una asociación u otra organización o grupo de productores que pueda beneficiarse del uso de una marca colectiva;
4. Necesidad práctica de apoyar a las empresas locales en el desarrollo de marcas colectivas;
5. Expresión de interés por parte de los organismos de propiedad intelectual del Estado miembro;
6. Compromiso del país de destinar los recursos necesarios para garantizar la ejecución efectiva del proyecto y su sostenibilidad.

Los Estados miembros interesados en participar en el proyecto deberán presentar una propuesta que contenga una breve descripción de los elementos anteriormente señalados.

C. Estrategia de ejecución

La ejecución del proyecto estará integrada por tres fases:

Fase 1: Identificación de los productos que podrían beneficiarse de una marca colectiva y selección del producto final

Acción 1.1: Estudio exploratorio sobre las áreas de producción y las empresas comunitarias susceptibles de beneficiarse del uso de marcas colectivas.

Acción 1.2: Sesión de información dirigida a autoridades y empresarios locales sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas.

Acción 1.3: Selección de un producto en cada país beneficiario para llevar a cabo el desarrollo y registro de una marca colectiva, y creación de una asociación o identificación de una asociación ya existente.

Acción 1.4: Taller con los miembros de la asociación sobre fortalecimiento de identidades colectivas y desarrollo de marcas para uso comercial.

Fase 2: Desarrollo, registro y lanzamiento de la marca colectiva

Acción 2.1: Redacción y adopción del reglamento de uso de la marca colectiva.

Acción 2.2: Diseño del logotipo de la marca colectiva y acuerdo sobre el mismo.

Acción 2.3: Registro de la marca colectiva.

Acción 2.4: Celebración de actos de lanzamiento de la marca colectiva.

Fase 3: Actividades de fortalecimiento de capacidades y sensibilización

Acción 3.1: Elaboración de una guía práctica sobre desarrollo y registro de marcas colectivas para reproducir el proceso en otras situaciones, y adaptación a cada país beneficiario.

Acción 3.2: Organización de una actividad de formación para funcionarios de PI sobre desarrollo y registro de marcas colectivas.

Acción 3.3: Producción de material de sensibilización (folletos de promoción y cortometrajes).

D. Riesgos potenciales y medidas de mitigación

Riesgo 1: Resistencia de algunas asociaciones de productores a cambiar cuando comienza el registro de la marca colectiva.

Mitigación 1: Organizar campañas de información y sensibilización de gran repercusión sobre las ventajas comparativas de la utilización de las marcas colectivas.

Riesgo 2: Posibles conflictos en el seno de las asociaciones comunitarias susceptibles de retrasar el inicio del proceso de incubación de la marca colectiva.

Mitigación 2: Adoptar medidas de sensibilización de las autoridades y los productores locales sobre los efectos que tienen las deficiencias organizativas en relación con la formulación de ideas productivas por parte de los asociados.

Riesgo 3: Limitación de la capacidad institucional de los grupos beneficiarios para elaborar y registrar la marca colectiva y sacar provecho de ella.

Mitigación 3: Realización de una evaluación institucional de los posibles grupos beneficiarios antes de la selección.

3. SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN

3.1 Calendario de supervisión del proyecto

Se presentará al CDIP un informe anual sobre la marcha de las actividades.

Una vez concluido el proyecto, se realizará un informe final de evaluación interna que se presentará al CDIP.

Una vez concluido el proyecto, un consultor externo elaborará un informe final independiente de evaluación que se presentará al CDIP.

3.2 Evaluación interna del proyecto	
<i>Productos del proyecto</i>	<i>Indicadores de ejecución satisfactoria (Indicadores de productos)</i>
Selección de tres países beneficiarios (además del Estado Plurinacional de Bolivia)	Selección de tres países (con arreglo a los criterios de selección acordados); y Designación de coordinadores para la ejecución del proyecto en cada país
Aprobación de los planes del proyecto en cada país	Elaboración y aprobación de cuatro planes de ejecución del proyecto (uno por país beneficiario).
Elaboración de cuatro estudios exploratorios sobre productos o servicios que podrían beneficiarse del uso de marcas colectivas (uno por país beneficiario)	Validación del estudio exploratorio final por los coordinadores locales de los países beneficiarios y por la Secretaría de la OMPI
Actividades de información dirigidas a las autoridades y los empresarios locales sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas	Un porcentaje importante de participantes en el evento afirmó comprender mejor los posibles beneficios del uso de marcas colectivas
Selección de un producto en cada país beneficiario para llevar a cabo el desarrollo y registro de una marca colectiva, y creación de una asociación o identificación de una asociación ya existente	Selección de un producto y creación o identificación de una asociación en cada país beneficiario
Redacción y adopción del reglamento de uso de la marca colectiva (en cada país beneficiario)	Redacción y adopción del reglamento de uso en cada país beneficiario
Diseño del logotipo de la marca colectiva (en cada país beneficiario)	Diseño del logotipo y acuerdo sobre el mismo en cada país beneficiario

Registro de la marca colectiva (en cada país beneficiario)	Una marca colectiva registrada en cada país beneficiario
Celebración de un acto para el lanzamiento de la marca colectiva	Organización satisfactoria de un acto de lanzamiento (uno por cada marca colectiva o país beneficiario)
Elaboración de una guía práctica sobre desarrollo y registro de marcas colectivas para reproducir el proceso en otras situaciones	Elaboración y adaptación de una guía práctica a cada país beneficiario
Organización de una actividad de formación para funcionarios de PI sobre desarrollo y registro de marcas colectivas (en cada país beneficiario)	Un porcentaje importante de participantes afirmó que la actividad había mejorado su nivel de conocimientos y competencias en relación con el desarrollo y registro de marcas colectivas
Producción de material de sensibilización (en cada país beneficiario)	Producción de un folleto de promoción y un cortometraje (en cada país beneficiario)
<i>Objetivos del proyecto</i>	<i>Indicadores de logro de los objetivos del proyecto (Indicadores de efectos)</i>
Diseñar una estrategia de sensibilización, información y difusión sobre ventajas, oportunidades y beneficios del registro de marcas colectivas como propiedad intelectual de pequeños emprendimientos comunitarios	Un porcentaje importante de los pequeños emprendimientos comunitarios han afirmado conocer las ventajas, oportunidades y beneficios del registro de marcas colectivas (encuesta)
Contribuir al fortalecimiento de una estructura institucional para apoyar la identificación, desarrollo y registro de marcas colectivas	Desarrollo y registro de una marca colectiva en cada país beneficiario
Promover mecanismos de protección, salvaguarda y apoyo a pequeños emprendimientos a partir del uso de marcas colectivas	Registro de nuevas marcas colectivas en el periodo de cinco años a contar desde la finalización del proyecto en cada país beneficiario (evaluación del impacto)

4. CALENDARIO DE EJECUCIÓN¹

Actividad	Trimestres							
	1.º	2.º	3.º	4.º	1.º	2.º	3.º	4.º
Actividades preparatorias: -Selección de países beneficiarios -Designación de coordinadores locales								
Aprobación de los planes del proyecto en cada país	X							
Elaboración de un estudio exploratorio en cada país beneficiario	X	X						
Actividad de información en cada país beneficiario dirigida a las autoridades y los empresarios locales sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas		X	X					
Selección de un producto en cada país beneficiario para llevar a cabo el desarrollo y registro de una marca colectiva, y creación de una asociación o identificación de una asociación ya existente en cada país beneficiario		X	X					
Taller con los miembros de la asociación, en cada país beneficiario			X	X				
Redacción y adopción del reglamento de uso de la marca colectiva en cada país beneficiario			X	X				
Diseño del logotipo de la marca colectiva en cada país beneficiario			X	X				
Registro de la marca colectiva en cada país beneficiario					X			
Celebración de un acto de lanzamiento de la marca colectiva en cada país beneficiario						X		
Elaboración de una guía práctica sobre desarrollo y registro de marcas colectivas para reproducir el proceso en otras situaciones, y adaptación a cada país beneficiario					X	X		
Organización de una actividad de formación para funcionarios de PI en cada país beneficiario						X	X	
Producción de material de sensibilización (folletos de promoción y cortometrajes en cada país beneficiario)					X	X	X	
Evaluación								X

¹ La ejecución comenzará una vez que todos los países beneficiarios de los proyectos hayan sido seleccionados y se hayan nombrado coordinadores en cada uno de ellos.

5. RECURSOS TOTALES POR PRODUCTO

Productos del proyecto	2020		2021		Total
	Personal	No relativos a personal	Personal	No relativos a personal	
4 estudios exploratorios		28.000			28.000
4 actividades de información		30.000			30.000
Selección de un producto e identificación o creación de asociación (4)		20.000			20.000
4 talleres con miembros de la asociación		30.000			30.000
Redacción y adopción de reglamento (4)		28.000			28.000
Diseño del logotipo (4)		9.000			9.000
Registro de la marca colectiva (4)				10.000	10.000
4 actos de lanzamiento				50.000	50.000
Guía práctica y adaptación				18.000	18.000
4 actividades de formación				66.000	66.000
4 conjuntos de material de sensibilización (folletos y cortometrajes)				26.000	26.000
Evaluación				10.000	10.000
Total relativos a personal²	62.500		62.500		125.000
Total no relativos a personal		145.000		180.000	325.000
Total	62.500	145.000	62.500	180.000	450.000

² 50% personal de categoría P2.

RECURSOS NO RELATIVOS A PERSONAL, POR CATEGORÍA DE GASTO

Actividades	<i>(en francos suizos)</i>							Total
	Viajes, formación y subvenciones			Servicios contractuales				
	Misiones del personal	Viajes de terceros	Subvenciones para formación y viajes	Conferencias	Publicaciones	Servicios contractuales individuales	Otros servicios contractuales	
4 estudios exploratorios						28.000		28.000
4 actividades de información	20.000		10.000					30.000
Selección de un producto e identificación o creación de asociación (4)						20.000		20.000
4 talleres con miembros de la asociación	20.000		10.000					30.000
Redacción y adopción de reglamento (4)						28.000		28.000
Diseño del logotipo (4)						4.000	5.000	9.000
Registro de la marca colectiva (4)						10.000		10.000
4 actos de lanzamiento	20.000	20.000	10.000					50.000
Guía práctica y adaptación					8.000	10.000		18.000
4 actividades de formación	20.000	20.000	10.000			16.000		66.000
4 conjuntos de material de sensibilización (folletos y cortometrajes)					10.000	4.000	12.000	26.000
Evaluación						10.000		10.000
Total	80.000	40.000	40.000		18.000	130.000	17.000	325.000

[Fin del Anexo y del documento]