

## Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

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

INFORME DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO SOBRE EL REGISTRO DE MARCAS  
COLECTIVAS DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES COMO EJE TRANSVERSAL DE  
DESARROLLO ECONÓMICO

*preparado por el Dr. Glenn O'Neil, fundador de Owl RE, consultoría en evaluación, Ginebra*

En el Anexo del presente documento figura un informe de evaluación externa e independiente del proyecto sobre el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico, llevado a cabo por el Dr. Glenn O'Neil, fundador de Owl RE, Ginebra.

*Se invita al CDIP a tomar nota de la información contenida en el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]



## Índice

Resumen	2
I. Introducción	6
II. Descripción del proyecto	6
III. Panorama general de los criterios y la metodología de evaluación	6
IV. Constataciones principales	7
A. Concepción y gestión del proyecto	7
B. Eficacia del proyecto	10
C. Sostenibilidad	12
D. Aplicación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo (AD)	13
V. Conclusiones y recomendaciones	14
Apéndice I: Personas entrevistadas o consultadas	1
Apéndice II: Documentos consultados	3
Apéndice III: Informe inicial	1

## Lista de siglas

CDIP	Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual
AD	Agenda para el Desarrollo
DACD	División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo
PI	Propiedad intelectual
RNDS	Sector de Desarrollo Regional y Nacional
Pymes	Pequeñas y medianas empresas
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

## RESUMEN

1. El presente informe es una evaluación independiente del proyecto de la Agenda para el Desarrollo (AD) sobre el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico ([DA 1 4 10 01](#)). Su período de ejecución se extendió desde enero de 2021 hasta febrero de 2024.
2. El objetivo del proyecto era desarrollar un sistema de apoyo y fortalecimiento para facilitar el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico. El proyecto se ejecutó en cuatro países: el Estado Plurinacional de Bolivia (el Estado miembro que presentó la propuesta de proyecto), el Brasil, Filipinas y Túnez. Los productos principales del proyecto eran la selección de las asociaciones idóneas para beneficiarse del uso de marcas colectivas; la sensibilización, la formación y el fortalecimiento de las capacidades tanto de las asociaciones como de las oficinas nacionales de PI; y el registro y el lanzamiento de las marcas colectivas.
3. La presente evaluación tenía por objeto aprender de las experiencias adquiridas durante la ejecución del proyecto. Entre otras cosas, se evaluó la gestión y la concepción del proyecto, lo que incluye los instrumentos de supervisión y presentación de informes, la cuantificación de los resultados obtenidos hasta la fecha, la presentación de informes al respecto y la probabilidad de que el proyecto fuera sostenible. En la evaluación se recurrió a una combinación de métodos, como el examen de documentos y entrevistas con seis miembros del personal de la Secretaría de la OMPI (en persona y por teléfono), así como entrevistas telefónicas con 14 partes interesadas de los cuatro países beneficiarios.

### Concepción y gestión del proyecto

4. **Constatación 1:** El documento de la propuesta de proyecto brindaba una descripción de la estrategia de ejecución, las actividades, los productos y el calendario, el presupuesto y los indicadores de supervisión. También exponía con claridad las razones que justificaban el proyecto. Los principales aportes del proyecto coincidieron con lo previsto en el documento de la propuesta. Un aspecto que precisó ajustes fue el calendario y la consiguiente prórroga del proyecto (sobre todo a raíz de la pandemia de COVID-19 y los cambios acaecidos en los gobiernos de los países beneficiarios), cuestiones que no podían haberse anticipado en noviembre de 2019, fecha en la que se aprobó la propuesta de proyecto.
5. **Constatación 2:** Los instrumentos de supervisión eran adecuados para presentar informes a los Estados miembros y al CDIP sobre el avance general del proyecto. La Secretaría presentó cuatro informes de situación al CDIP. Se demostró la utilidad y la necesidad de crear un plan nacional para cada país. En el marco de los objetivos del proyecto se establecieron tres indicadores para los efectos. Se consideró que era demasiado pronto para informar sobre uno de ellos y que sería importante evaluarlos en el futuro.
6. **Constatación 3:** Las actividades de este proyecto estuvieron a cargo de la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo (DACD), con el apoyo de otras entidades de la Secretaría, a saber, la División para los Países Árabes, la División para Asia y el Pacífico, la División para América Latina y el Caribe, el Departamento de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas del Sector de Marcas y Diseños y la División de Noticias y Medios de Comunicación.
7. **Constatación 4:** En el marco del proyecto, la coordinación entre el personal de la DACD y las distintas partes interesadas se calificó de eficiente y eficaz. Si bien el personal de la DACD pudo sacar provecho de las enseñanzas recíprocas extraídas de la labor llevada a cabo en los distintos países, las partes interesadas de cada país no tuvieron la oportunidad de enriquecerse con las experiencias y enseñanzas adquiridas en los demás países. Al parecer, las normas en materia de compras y adquisiciones de la OMPI no se adaptaron a las

actividades a escala nacional y local y, por consiguiente, el personal de la DACD se vio obligado a sortear algunos obstáculos que exigieron una inversión de tiempo considerable.

8. **Constataciones 5 y 6:** En el documento inicial del proyecto se ponían de relieve tres riesgos para su ejecución. En la documentación del proyecto se describía una medida paliativa y solo uno de estos riesgos se materializó en cierta medida, a saber, que las asociaciones beneficiarias tropezaron con algunas trabas a la hora de hacer un uso óptimo de las marcas colectivas, habida cuenta de sus distintos niveles de capacidad. Entre los factores externos a los que el equipo del proyecto hubo de responder y adaptarse cabe citar la pandemia de COVID-19 y algunos cambios de gobierno en los países beneficiarios, como se ha descrito en párrafos anteriores. Con todo, estos elementos externos no afectaron en gran medida al proyecto, más allá del retraso en su finalización y su prórroga de 14 meses.

### **Eficacia**

9. **Constataciones 7 y 8:** Todos los productos previstos en la propuesta de proyecto se llevaron a cabo y se pusieron en marcha durante la ejecución del proyecto. En los cuatro países beneficiarios se seleccionaron asociaciones en las que sus miembros fabricaban bienes susceptibles de acogerse a una marca colectiva, en concreto, los siguientes: miel, en Bolivia; harina de yuca y productos derivados, miel, frutos secos y aceites, en el Brasil; frutos secos, productos de pastelería, obras de artesanía, accesorios de moda y productos cosméticos procedentes de un árbol tropical denominado “pili”, en Filipinas; y miel, productos derivados de la miel, aceites esenciales, jabones y otros productos, en Túnez.

10. **Constataciones 9 a 11:** En los cuatro países beneficiarios, se llevó a cabo el desarrollo, registro y lanzamiento de la marca colectiva con logotipos confeccionados por diseñadores locales. Todas las marcas colectivas se registraron en sus respectivas oficinas nacionales de PI y su lanzamiento oficial tuvo lugar entre abril de 2022 y febrero de 2024. En todos los países se organizaron actividades de sensibilización y fortalecimiento de capacidades. No obstante, hasta la fecha, la comercialización de los productos de las asociaciones beneficiarias al amparo de la marca colectiva no ha sido igual de eficaz en todos los países.

### **Sostenibilidad**

11. **Constataciones 12 a 14:** La consecución de todos los productos del proyecto aumentó la probabilidad de que los países beneficiarios disfrutaran de sus ventajas durante más tiempo. Así, por ejemplo, ya se han comercializado productos acogidos a las marcas colectivas y, con ello, se contribuye al desarrollo económico de las empresas locales. La sostenibilidad de los beneficios dimanantes del proyecto se vio respaldada por la participación de agentes de desarrollo económico.

12. **Constataciones 15 y 16:** La sostenibilidad también se vio afectada por la naturaleza de las marcas colectivas —habida cuenta de que su gestión corre a cargo de una asociación—, pues, en general, a las pequeñas empresas no les es tarea fácil operar de forma colectiva. El grado de madurez de las asociaciones beneficiarias influyó en su capacidad de gestión de las marcas colectivas. Todas las asociaciones tuvieron que emprender acciones complementarias para sacar todo el partido posible a las marcas colectivas, por ejemplo, en materia de organización interna, formulación de pliegos de condiciones de los productos o de medidas de cumplimiento, amén de actividades de promoción y *marketing*.

13. **Constataciones 17 y 18:** El proyecto carecía de una estrategia de salida o de relevo destinada a incrementar la probabilidad de continuidad de sus beneficios. Por otra parte, las oficinas nacionales de PI no contaban con planes de acción u hojas de ruta que concretaran de qué forma tenían previsto utilizar las capacidades y los recursos facilitados por el proyecto de cara a una mayor promoción y utilización de las marcas colectivas.

### ***Aplicación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo (AD)***

14. **Constataciones 19 y 21:** Este proyecto ha contribuido a la consecución de la recomendación 1 de la AD, relativa a la necesidad de que la asistencia técnica de la OMPI obedezca a la demanda y sea transparente, así como de la recomendación 4, centrada en las necesidades de las pequeñas y medianas empresas (pymes), pues las actividades del proyecto giraron en torno al desarrollo económico de las empresas comunitarias a través de sus asociaciones colectivas. Asimismo, el proyecto aborda de forma directa la recomendación 10 al contemplar el fortalecimiento de las capacidades de las oficinas nacionales de PI de los cuatro países beneficiarios.

### **Conclusiones y recomendaciones**

15. **Conclusión 1 (Ref.: Constataciones 1 a 11 y 19 a 21).** El proyecto ha conseguido la ejecución satisfactoria de todos sus productos en los cuatro países beneficiarios. Este logro ha permitido que el proyecto contribuya a la aplicación de las recomendaciones de la AD y avance hacia la consecución de su objetivo de desarrollar un sistema de apoyo y fortalecimiento para facilitar el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico. En este sentido, y como se ha descrito más arriba, ya se han dado casos alentadores de asociaciones beneficiarias que han lanzado productos al mercado bajo la marca colectiva.

16. **Conclusión 2 (Ref.: Constataciones 1 a 6).** La gestión del proyecto a cargo de la DACD fue eficiente y eficaz a pesar de las dificultades que supuso su ejecución simultánea en cuatro países, como ya se ha señalado en párrafos anteriores. Al proyecto le habría venido bien contar con unas normas en materia de compras y adquisiciones más sencillas y adaptadas a los distintos contextos nacionales, como también habría sido útil prever espacios de intercambio entre las partes interesadas de cada país.

17. **Conclusión 3 (Ref.: Constataciones 12 a 18).** La probabilidad de consecución de los objetivos del proyecto dependerá de varios aspectos. En primer lugar, las asociaciones beneficiarias deben ser capaces de utilizar y gestionar la marca colectiva. Por otra parte, deben disponer de los medios y el respaldo necesarios para promocionar y comercializar sus productos al amparo de la marca colectiva. A este respecto, los agentes de desarrollo económico se encontraban en condiciones óptimas para prestar este apoyo. Por último, las oficinas nacionales de PI necesitaban contar con planes que les permitieran aprovechar los beneficios del proyecto con miras a impulsar en mayor medida el uso de las marcas colectivas en sus países. En todos estos ámbitos, los países beneficiarios todavía pueden hacer progresos y, para ello, necesitarían un mayor apoyo de los Estados miembros, la OMPI y las partes interesadas nacionales, conforme a lo expuesto en las recomendaciones que figuran a continuación.

18. **Recomendación 1 (Ref.: Conclusión 2, Constataciones 1 a 6).** En aras de la ejecución eficaz de los futuros proyectos de la AD, se insta a la DACD a considerar, en colaboración con la División de Servicios Centrales, la adaptación de las normas en materia de compras y adquisiciones a las actividades que se lleven a cabo a escala nacional, con arreglo al marco normativo y de supervisión vigente en la OMPI.

19. **Recomendación 2 (Ref.: Conclusión 2, Constataciones 1 a 6).** De cara a futuros proyectos similares de la AD que se lleven a cabo en varios países, se recomienda a los Estados miembros y a la DACD que, desde la fase de concepción, contemplen (y consignen en el presupuesto) actividades de intercambio de enseñanzas entre las partes interesadas nacionales, como seminarios web en línea entre países.

20. **Recomendación 3 (Ref.: Conclusiones 1 y 3, Constataciones 1 a 18).** Para los futuros proyectos de la AD que tengan como objetivo contribuir al desarrollo económico a escala nacional, se alienta a los Estados miembros y a la DACD a contar con agentes de desarrollo económico de los países (o provincias) pertinentes como parte del equipo del proyecto (y de las partes interesadas) o en su concepción.

21. **Recomendación 4 (Ref.: Conclusión 3, Constataciones 12 a 18).** De cara a futuros proyectos de la AD orientados al fortalecimiento de las capacidades de las empresas locales, las asociaciones o las oficinas nacionales de PI, se invita a los Estados miembros y a la DACD a prever (y presupuestar) actividades para facilitar el relevo y el mantenimiento de las enseñanzas extraídas en las propuestas de proyectos.

22. **Recomendación 5 (Ref.: Conclusión 3, Constataciones 12 a 18).** En aras de la sostenibilidad de los beneficios del proyecto, conviene que los países beneficiarios se planteen y lleven a cabo una serie de actividades específicas, entre ellas, las que se proponen a continuación.

- a) Apoyo a las asociaciones beneficiarias en la consolidación de su capacidad de organización interna de cara a la gestión de las marcas colectivas.
- b) Apoyo a las asociaciones beneficiarias en el afianzamiento de sus directrices y pliegos de condiciones de carácter normativo al objeto de que puedan sacar al mercado una amplia gama de productos bajo las marcas colectivas.
- c) Apoyo a las asociaciones beneficiarias en la comercialización y la promoción de los productos acogidos a las marcas colectivas en colaboración con los agentes nacionales (o provinciales) de desarrollo económico.
- d) Apoyo a las oficinas nacionales de PI en la puesta en marcha de hojas de ruta o planes de acción destinados a la promoción activa del uso de marcas colectivas en sus países.
- e) Inclusión del seguimiento del indicador del efecto que figuraba en la propuesta de proyecto original (“Registro de nuevas marcas colectivas en el período de cinco años a contar desde la finalización del proyecto en cada país beneficiario”).

## I. INTRODUCCIÓN

23. El presente informe es una evaluación independiente del proyecto de la Agenda para el Desarrollo (AD) sobre el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico ([DA 1 4 10 01](#)). El proyecto fue aprobado durante la vigesimocuarta sesión del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP) (documento [CDIP/24/9](#)) de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), celebrada en Ginebra del 18 al 22 de noviembre de 2019. En principio, el proyecto se aprobó con una duración de 24 meses. No obstante, el CDIP, en sus sesiones 26.<sup>a</sup>, 29.<sup>a</sup> y 31.<sup>a</sup>, decidió prorrogarlo durante un período máximo total de 18 meses, de modo que la duración del proyecto fue de 38 meses (de enero de 2021 a febrero de 2024).

## II. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

24. **Objetivos:** El objetivo general del proyecto era desarrollar un sistema de apoyo y fortalecimiento para facilitar el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico, que se materializaría mediante el logro de los objetivos específicos que se indican a continuación.

- a) La formulación de una estrategia de sensibilización, información y difusión sobre ventajas, oportunidades y beneficios del registro de marcas colectivas como propiedad intelectual de pequeños emprendimientos comunitarios.
- b) La contribución al fortalecimiento de una estructura institucional para apoyar la identificación, desarrollo y registro de marcas colectivas.

25. **Países beneficiarios:** El proyecto se ejecutó en cuatro países: el Estado Plurinacional de Bolivia (el Estado miembro que presentó la propuesta de proyecto), el Brasil, Filipinas y Túnez.

26. **Productos:** El documento del proyecto estableció los 13 productos (resumidos) que se enumeran a continuación.

- a) Selección de tres países beneficiarios (además del Estado Plurinacional de Bolivia)

*En los cuatro países beneficiarios:*

- b) Aprobación de los planes del proyecto en cada país
- c) Elaboración de los estudios exploratorios
- d) Celebración de actividades de información
- e) Selección de productos/asociaciones
- f) Organización de talleres con los miembros de las asociaciones
- g) Redacción y adopción de los reglamentos de uso de las marcas colectivas
- h) Diseño de los logotipos de las marcas colectivas
- i) Registro de las marcas colectivas
- j) Celebración de actos para el lanzamiento de las marcas colectivas
- k) Elaboración de una guía práctica sobre marcas colectivas
- l) Organización de actividades de formación para las oficinas de PI
- m) Producción de material de sensibilización

27. En la OMPI, la gestión del proyecto ha estado a cargo de la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo (DACD), del Sector de Desarrollo Regional y Nacional.

## III. PANORAMA GENERAL DE LOS CRITERIOS Y LA METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

28. El objetivo de la evaluación era valorar el desempeño del proyecto, incluidos su concepción y gestión, la coordinación, coherencia, ejecución y los resultados obtenidos.

También tenía por objeto facilitar información con base empírica en apoyo del proceso de toma de decisiones como programa principal de la OMPI.

29. La evaluación se organizó en torno a 11 preguntas, divididas en cuatro ámbitos: concepción y gestión del proyecto, eficacia, sostenibilidad y aplicación de las recomendaciones de la AD. Estas preguntas se responden directamente en la sección “Constataciones principales”.

30. En la evaluación se utilizó una combinación de métodos. Además de examinar toda la documentación pertinente, los productos del proyecto y los datos de supervisión disponibles, se llevaron a cabo entrevistas con seis funcionarios de la Secretaría de la OMPI (en persona y por teléfono) y entrevistas telefónicas con 14 partes interesadas en el proyecto procedentes de los cuatro países beneficiarios. Las consultoras encargadas de la evaluación, Patricia Goldschmid y Anita Leutgeb, entrevistaron a las partes interesadas en español y en portugués, respectivamente.

#### IV. CONSTATAIONES PRINCIPALES

31. Esta sección está organizada en torno a cuatro áreas de evaluación. Cada pregunta se responde directamente debajo del título de cada área.

##### A. Concepción y gestión del proyecto

###### La idoneidad del documento del proyecto inicial para servir de guía en la ejecución del proyecto y evaluación de los resultados obtenidos.

32. **Constatación 1:** El documento de la propuesta de proyecto brindaba una descripción de la estrategia de ejecución, las actividades, los productos y el calendario, el presupuesto y los indicadores de supervisión. También exponía con claridad las razones que justificaban el proyecto y bastaba para orientar la ejecución y evaluación generales de los progresos logrados. En definitiva, los principales aportes del proyecto coincidieron con lo previsto en el documento de la propuesta. Un aspecto que precisó ajustes fue el calendario y la consiguiente prórroga del proyecto (sobre todo a raíz de la pandemia de COVID-19 y los cambios acaecidos en los gobiernos de los países beneficiarios), cuestiones que no podían haberse anticipado en noviembre de 2019, fecha en la que se aprobó la propuesta de proyecto.

###### Los instrumentos utilizados para la supervisión del proyecto, la evaluación interna y presentación de informes y el análisis de su idoneidad y utilidad para ofrecer al equipo del proyecto y a las principales partes interesadas información pertinente para la toma de decisiones.

33. **Constatación 2:** Los instrumentos de supervisión eran adecuados para presentar informes a los Estados miembros y al CDIP sobre el avance general del proyecto. Se formularon varias observaciones sobre los instrumentos de supervisión y presentación de informes, según se describen a continuación.

- a) La Secretaría presentó cuatro informes de situación a los Estados miembros en el CDIP (en sus sesiones 26.<sup>a</sup>, 29.<sup>a</sup>, 30.<sup>a</sup> y 31.<sup>a</sup>). Se mantuvo al CDIP al corriente de los avances del proyecto en los cuatro países beneficiarios y se le expusieron los principales resultados, como el diseño de los logotipos de las marcas colectivas y el video promocional de alcance mundial.
- b) Se demostró la utilidad y la necesidad de crear un plan nacional para cada país (según lo previsto en la propuesta de proyecto). Para la ejecución del proyecto, también se creó un equipo en cada país integrado por un coordinador de la oficina nacional de PI y uno o varios consultores nacionales (bien del propio país o especialistas en el país) designados por la OMPI. En el Brasil, el equipo contó

con el apoyo de representantes del SEBRAE, el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas, y de la División de PI del Ministerio de Asuntos Exteriores; en Bolivia, complementaron la labor del equipo representantes del programa EMPODERAR del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras; en Filipinas, prestó respaldo al equipo el Departamento de Comercio e Industria; y, en Túnez, el equipo nacional se benefició de la colaboración de una consultora internacional especializada en marcas colectivas, PI y desarrollo empresarial.

- c) En el marco de los objetivos del proyecto se establecieron tres indicadores para los efectos. Se consideró que era demasiado pronto para informar sobre el relativo al “Registro de nuevas marcas colectivas en el período de cinco años a contar desde la finalización del proyecto en cada país beneficiario” (evaluación del impacto). En el futuro será importante evaluar este indicador para calibrar la eficacia del proyecto a largo plazo (véanse las Conclusiones y las Recomendaciones más adelante).

*La medida en que otras entidades de la Secretaría han contribuido y permitido la ejecución eficaz y eficiente del proyecto.*

34. **Constatación 3:** Las actividades de este proyecto estuvieron a cargo de la DACD, con el apoyo de otras entidades de la Secretaría. Las divisiones regionales prestaron apoyo al proyecto en sus respectivas regiones: la División para los Países Árabes, la División para Asia y el Pacífico y la División para América Latina y el Caribe. El personal del Departamento de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas del Sector de Marcas y Diseños respaldó el proyecto con asesoramiento especializado sobre las marcas colectivas. La colaboración de la División de Noticias y Medios de Comunicación en el proyecto se concretó en asistencia técnica para la edición de videos. En líneas generales, la coordinación y el apoyo de estas otras entidades de la Secretaría favorecieron la eficacia en la ejecución del proyecto.

35. **Constatación 4:** En el marco del proyecto, la coordinación entre el personal de la DACD y las distintas partes interesadas se calificó de eficiente y eficaz. Las personas entrevistadas se mostraron muy satisfechas con el compromiso y el apoyo prestado por el personal de la DACD a los equipos de proyecto en cada país, máxime habida cuenta de los desafíos y las demoras que hubo que afrontar, como se explica a continuación. Se formularon varias observaciones sobre la gestión del proyecto, en concreto, las que se detallan a continuación.

- a) En esencia, en el marco del proyecto se ejecutaron las mismas actividades —o muy similares— en los cuatro países beneficiarios. Si bien el personal de la DACD pudo sacar provecho de las enseñanzas recíprocas extraídas de la labor llevada a cabo en los distintos países, las partes interesadas de cada país no tuvieron la oportunidad de enriquecerse con las experiencias y enseñanzas adquiridas en los demás países.
- b) En el marco del proyecto, la OMPI tuvo que llevar a cabo actividades en los cuatro países desde una perspectiva local, en particular la organización de los actos de lanzamiento de las marcas y de talleres de formación, con el apoyo de los consultores nacionales y otros miembros de los equipos de los países. No obstante, al parecer, las normas en materia de compras y adquisiciones de la OMPI no se adaptaron a las actividades a escala nacional y local y, por consiguiente, el personal de la DACD se vio obligado a sortear algunos obstáculos que exigieron una inversión de tiempo considerable.

La medida en que los riesgos identificados en el documento del proyecto inicial se han materializado o mitigado.

36. **Constatación 5:** En el documento inicial del proyecto se ponían de relieve tres riesgos para su ejecución. La documentación del proyecto describía la medida paliativa que figura a continuación. Estos riesgos no supusieron obstáculos significativos, si bien el riesgo 3 sí planteó algunas dificultades, como se describe en el cuadro que figura a continuación.

<b>Riesgo identificado y medida paliativa</b>	<b>Análisis</b>
<p>Riesgo 1: <i>Resistencia de algunas asociaciones de productores a cambiar cuando comienza el registro de la marca colectiva.</i></p> <p>Medida paliativa 1: Organizar campañas de información y sensibilización de gran repercusión sobre las ventajas comparativas de la utilización de las marcas colectivas.</p>	<p>Este riesgo no llegó a materializarse de forma significativa. Más bien al contrario, el personal de la OMPI y las partes interesadas manifestaron que, en los países beneficiarios, las asociaciones y los productores veían con buenos ojos el registro de las marcas colectivas y deseaban participar en el proceso.</p>
<p>Riesgo 2: <i>Posibles conflictos en el seno de las asociaciones comunitarias susceptibles de retrasar el inicio del proceso de incubación de la marca colectiva.</i></p> <p>Medida paliativa 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.</p>	<p>Este riesgo no se materializó de forma significativa. Hubo que solventar ciertos asuntos internos en los casos en los que se crearon asociaciones con motivo del proyecto (por ejemplo, en Túnez) o en los que había asociaciones que precisaban un mayor grado de consolidación (como sucedió en el Brasil y Bolivia). Los equipos del proyecto en cada país mantuvieron una estrecha colaboración con cada una de las asociaciones para resolver cualquier problema interno que pudiera haber surgido.</p>
<p>Riesgo 3: <i>Limitación de la capacidad institucional de los grupos beneficiarios para elaborar y registrar la marca colectiva y sacar provecho de ella.</i></p> <p>Medida paliativa 3: Realización de una evaluación institucional de los posibles grupos beneficiarios antes de la selección.</p>	<p>Este riesgo se materializó en cierta medida respecto a la capacidad de los grupos beneficiarios para sacar provecho de las marcas colectivas. Pese a que las asociaciones beneficiarias crearon y registraron marcas colectivas en todos los países, se han topado con algunas dificultades para sacarles todo el partido posible, como se explica a continuación (véase, más abajo, el apartado "Eficacia del proyecto").</p>

*Cuadro 1: Riesgos, medidas paliativas y análisis*

La capacidad del proyecto para responder a nuevas tendencias, tecnologías y otros factores externos.

37. **Constatación 6:** Uno de los factores externos a los que hubo que responder y adaptarse fue la pandemia de COVID-19. El proyecto fue aprobado en la 24.<sup>a</sup> sesión del CDIP, celebrada del 9 al 13 de noviembre de 2019, y su ejecución estaba prevista para el momento más crítico de la pandemia, en 2020 y 2021. Así pues, fue necesario adaptar las actividades en consonancia con los acontecimientos. Por ejemplo, en los cuatro países beneficiarios, hubo que limitar el aforo de algunas actividades, como las sesiones de información y los talleres de formación (o dividir a los asistentes en grupos más reducidos), o bien celebrarlas en formato virtual, dadas las restricciones en razón de la COVID-19. Por otra parte, se produjeron cambios en los gobiernos de los países beneficiarios, en particular en las oficinas nacionales de PI, que ocasionaron alguna que otra demora. Si bien estos elementos supusieron una carga añadida en materia de organización, no afectaron en gran medida al proyecto, más allá del retraso en su finalización y su prórroga de 14 meses.

## B. Eficacia del proyecto

La eficacia y utilidad de los productos obtenidos en el marco del proyecto, en particular los estudios exploratorios sobre las áreas de producción y las empresas comunitarias susceptibles de beneficiarse del uso de marcas colectivas; la redacción y adopción de reglamentos de uso de las marcas colectivas; y la elaboración de una guía práctica sobre desarrollo y registro de marcas colectivas para su reproducción en otras situaciones y su adaptación a cada país beneficiario.

38. **Constatación 7:** Todos los productos previstos en la propuesta de proyecto (detallados en el párrafo 4) se llevaron a cabo y se pusieron en marcha durante la ejecución del proyecto en los cuatro países beneficiarios.

- a) **Los estudios exploratorios:** En cada uno de los cuatro países beneficiarios, se llevó a cabo un estudio exploratorio sobre las áreas de producción y las empresas comunitarias susceptibles de beneficiarse del uso de marcas colectivas. Estos estudios se adaptaron a las condiciones específicas de cada país. Así, por ejemplo, en Bolivia se pidió a las asociaciones que presentaran propuestas, y 34 de ellas manifestaron su interés en el proyecto. En todos los países, los estudios exploratorios arrojaron luz sobre la selección de las asociaciones idóneas para el uso de marcas colectivas, como se detalla más adelante.
- b) **Los reglamentos de uso de las marcas colectivas:** En cada uno de los cuatro países beneficiarios, los consultores nacionales redactaron reglamentos sobre el uso de las marcas colectivas en colaboración con los demás miembros de los equipos y las asociaciones beneficiarias. En todos los países, las asociaciones beneficiarias adoptaron estos reglamentos. En algunos contextos nacionales, el proyecto prestó asistencia jurídica y en materia de redacción. Por ejemplo, en Bolivia, el proyecto ayudó a las asociaciones a modificar sus estatutos y reglamentos y, en Túnez, los pliegos de condiciones de sus productos. De acuerdo con las personas entrevistadas, los reglamentos bastaban para facilitar y promover el uso de las marcas colectivas, si bien todavía se precisaban pliegos de condiciones y directrices sobre los productos en aras de su calidad y del cumplimiento de los requisitos reglamentarios.
- c) **Guía práctica sobre el desarrollo y registro de marcas colectivas:** En cada uno de los cuatro países, se elaboró una guía práctica sobre desarrollo y registro de marcas colectivas, además de un folleto —de unas dos páginas— con un resumen del contenido de las guías. Los contenidos de cada guía se adaptaron a las necesidades de cada país, se tradujeron a los respectivos idiomas y fueron publicados por las oficinas nacionales de PI en colaboración con la OMPI y otros asociados locales. En opinión de las personas entrevistadas, las guías eran útiles e instructivas de cara a la promoción de las marcas colectivas en sus países. Ahora bien, también señalaron que, para fomentar el uso de marcas colectivas en otras asociaciones, las guías deberían enmarcarse en una estrategia más ambiciosa de *marketing* y sensibilización por parte de las oficinas nacionales de PI.

La eficacia del proyecto en la identificación de los posibles productos susceptibles de beneficiarse de una marca colectiva y la selección del producto final.

39. **Constatación 8:** En los cuatro países beneficiarios se seleccionaron asociaciones en las que sus miembros fabricaban bienes susceptibles de acogerse a una marca colectiva.

- a) En Bolivia, miel de la Asociación Regional de Apicultores del Chaco Chuquisaqueño (ARACH), que representa a 42 asociaciones apícolas integradas por unas 1200 familias.
- b) En el Brasil, harina de yuca y productos derivados, miel, frutos secos y aceites de la Associação dos Produtores Agroextrativistas da Floresta Nacional de Tefé e Entorno, que agrupa a 420 productores de las comunidades locales de la Floresta Nacional de Tefé, en la región amazónica.
- c) En Filipinas, frutos secos, productos de pastelería, obras de artesanía, accesorios de moda y productos cosméticos procedentes de un árbol tropical denominado “pili”, de la asociación Orgullo Kan Bicol (OKB), formada por más de 500 productores de la región de Bicol, en la isla de Luzón.
- d) En Túnez, miel, productos derivados de la miel, aceites esenciales, jabones y otros productos de la Association de Producteurs pour la Promotion des Produits de Ghardimaou, que aglutina a 100 productores de la Gobernación de Jendouba, en el noroeste de Túnez.

40. **Constatación 9:** Si bien el proyecto consiguió encontrar en los cuatro países asociaciones y productos susceptibles de beneficiarse de una marca colectiva, la comercialización de sus productos al amparo de las marcas colectivas no ha prosperado por igual en todos los países. En el Brasil, varios productores han comercializado sus productos con la marca colectiva en su propia región amazónica. De todos modos, aspiran a lograr una distribución más amplia dentro del país y, tal vez, también en el extranjero. En Filipinas, tres productores han comercializado sus especialidades con la marca colectiva en el país, con la ambición de continuar con su expansión y abrirse a posibles mercados de exportación. En Bolivia, la marca colectiva se lanzó en febrero de 2024 y, a principios de este año, las acciones encaminadas a su comercialización seguían en fase de preparación. En Túnez, los productos aún no se habían comercializado bajo la marca colectiva a principios de 2024. Conforme a lo manifestado por las personas entrevistadas, el motivo es que la asociación beneficiaria estaba recién creada (en 2021, en el marco del proyecto) y aún carecía de la capacidad necesaria para sacar productos al mercado al amparo de la marca colectiva. En el apartado “Sostenibilidad”, se abordan sus necesidades para garantizar la continuidad de los beneficios derivados del proyecto.

*La eficacia del proyecto en el desarrollo, registro y lanzamiento de la marca colectiva.*

41. **Constatación 10:** En los cuatro países beneficiarios se llevó a cabo el desarrollo, registro y lanzamiento de las marcas colectivas. Para todas ellas, se encargó la confección de los logotipos a diseñadores locales y la OMPI transfirió el derecho de autor a las asociaciones beneficiarias. Todas las marcas colectivas se registraron en sus respectivas oficinas nacionales de PI y su lanzamiento oficial tuvo lugar entre abril de 2022 y febrero de 2024, como consta en la página web pública de la OMPI sobre el proyecto: <https://www.wipo.int/collective-marks/es/>. De acuerdo con las personas entrevistadas, los actos de lanzamiento dieron mayor visibilidad a las marcas colectivas y al proyecto y, como se explica más adelante, despertaron el interés de los clientes potenciales.

*La eficacia del proyecto en la puesta en marcha de actividades de fortalecimiento de capacidades y sensibilización.*

42. **Constatación 11:** Como parte de la ejecución del proyecto, en los cuatro países beneficiarios se llevaron a cabo actividades de fortalecimiento de capacidades y sensibilización.

- a) **Fortalecimiento de capacidades:** Las actividades de fortalecimiento de capacidades se dividieron según los destinatarios. En primer lugar, en los cuatro países se organizaron talleres de formación para los miembros de las asociaciones beneficiarias y, por otra parte, para el personal de las oficinas nacionales de PI. Según las personas entrevistadas, los talleres fueron muy útiles e instructivos tanto para los miembros de las asociaciones como para las oficinas nacionales de PI y, en el caso de estas últimas, la OMPI indicó en el informe de finalización del proyecto que, por término medio, el 90 % de los participantes afirmaron que la formación fue útil o muy útil para adquirir más conocimientos y habilidades sobre el desarrollo, el registro y el uso de las marcas colectivas. Una de las carencias que se observaron fue el hecho de que ninguna de estas actividades de fortalecimiento de capacidades contara con el respaldo de planes de seguimiento documentados. Por ejemplo, las asociaciones beneficiarias echaron en falta más asistencia para alcanzar un grado de preparación suficiente para gestionar la marca colectiva y las oficinas nacionales de PI no tenían claro qué rumbo seguir para alentar el uso de las marcas colectivas en sus respectivos países.
- b) **Sensibilización:** Las principales actividades de sensibilización que se llevaron a cabo en todos los países consistieron en sesiones de información para dar a conocer a las posibles asociaciones beneficiarias las ventajas de las marcas colectivas y los actos de lanzamiento que se han mencionado en párrafos anteriores. Además, se produjeron videos promocionales para cada país, así como un video general y cuatro videos breves (de 1 minuto cada uno) para el proyecto (disponibles en la página web del proyecto: <https://www.wipo.int/collective-marks/es/>). En opinión de las personas entrevistadas, la campaña de sensibilización ha suscitado un mayor interés por el proyecto y las marcas colectivas. Por ejemplo, en Bolivia, a raíz de los actos públicos, varias asociaciones han manifestado su interés en crear su propia marca colectiva.

### C. Sostenibilidad

#### La probabilidad de continuar con la labor sobre el recurso al registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal del desarrollo económico.

43. **Constatación 12:** Como se ha descrito en el apartado “Eficacia del proyecto”, se obtuvieron todos los productos del proyecto. Esta consecución, por ende, aumentó la probabilidad de que los países beneficiarios prolongaran el aprovechamiento de las ventajas del proyecto. El proyecto ha ayudado a las cuatro asociaciones beneficiarias a fortalecer sus capacidades y, ahora, cuentan con todos los elementos esenciales para sacar partido de las marcas colectivas. De hecho, ya hay casos de comercialización de productos al amparo de las marcas colectivas, como se ha señalado en párrafos anteriores.

44. **Constatación 13:** Las personas entrevistadas aportaron pruebas de que las marcas colectivas contribuyen al desarrollo económico de las empresas locales. Por ejemplo, en Bolivia, la asociación beneficiaria llegó a un acuerdo con la Empresa Boliviana de Alimentos (EBA), entidad estatal que vela por el control de calidad de los productos y distribuye y exporta productos alimenticios. En el Brasil, según la información recabada en las entrevistas, la asociación beneficiaria obtuvo financiación gubernamental adicional para las empresas locales de la asociación. En Filipinas, la asociación beneficiaria estaba en busca de nuevas oportunidades con las ferias comerciales del Ministerio de Comercio e Industria para dar a conocer y comercializar sus productos. En Túnez, las empresas locales estaban en vías de establecer o acceder a puntos de venta en los que comercializar sus productos.

45. **Constatación 14:** La sostenibilidad de los beneficios dimanantes del proyecto se vio respaldada por la participación de agentes de desarrollo económico. En efecto, estos actores desempeñaron un papel fundamental en la prestación del tan necesario apoyo a las pequeñas y medianas empresas (pymes) y a las asociaciones de los países beneficiarios.
46. **Constatación 15:** En la sostenibilidad también influyó la naturaleza de las marcas colectivas, habida cuenta de que su gestión corre a cargo de una asociación. Las personas entrevistadas afirmaron que a las pequeñas empresas no siempre les es tarea sencilla operar como colectividad y, por ende, la pertenencia a una asociación con varios años de experiencia facilita mucho los procesos. En algunos países beneficiarios, en los que la asociación tuvo que crearse o consolidarse en el marco del proyecto, se informó de la problemática que suponía alentar a los emprendedores a trabajar en común en aras de un objetivo compartido.
47. **Constatación 16:** El grado de madurez de las asociaciones beneficiarias influyó en su capacidad de gestión de las marcas colectivas y en la probabilidad de que sus beneficios perduren en el tiempo. La gestión de una marca colectiva requiere cierto grado de organización interna, virtud que todavía no estaba plenamente asentada en las cuatro asociaciones. En lo que respecta a la gestión de las marcas colectivas, las personas entrevistadas indicaron que todas las asociaciones beneficiarias debían adoptar medidas adicionales, como la elaboración de pliegos de condiciones para los productos o el establecimiento de disposiciones de conformidad con la normativa alimentaria o de otro tipo, aspectos indispensables para poder comercializar una amplia gama de productos bajo las marcas colectivas.
48. **Constatación 17:** El proyecto carecía de una estrategia de salida o de relevo destinada a incrementar la probabilidad de continuidad de sus beneficios. Tanto en el Brasil como en Túnez, las partes interesadas manifestaron la sensación de que las asociaciones beneficiarias necesitaban un seguimiento y un apoyo más exhaustivos y que, debido a la ausencia de continuidad, los logros del proyecto corrían el riesgo de verse mermados. Filipinas contó con el seguimiento de un miembro del personal de la oficina nacional de PI que estaba destinado en la misma región (Bicol) que la asociación beneficiaria. En Bolivia, habida cuenta de que la marca colectiva se lanzó en febrero de 2024, era demasiado pronto para concretar las necesidades en materia de seguimiento. Según las personas entrevistadas, se necesitaba más seguimiento y apoyo, en particular, en dos ámbitos: en primer lugar, en materia de organización interna y capacidades de las asociaciones; y, por otro lado, en lo atinente a las acciones de *marketing* y promoción de los productos acogidos a las marcas colectivas.
49. **Constatación 18:** Uno de los objetivos específicos del proyecto era contribuir al “fortalecimiento de una estructura institucional para apoyar la identificación, desarrollo y registro de marcas colectivas” y, como se indica en el apartado “Eficacia del proyecto”, el proyecto logró elaborar unas directrices sobre marcas colectivas para las oficinas nacionales de PI y ofrecer formación a su personal. Asimismo, las oficinas nacionales de PI afirmaron que el proyecto había suscitado una reflexión interna sobre cómo fomentar aún más el uso de las marcas colectivas. No obstante, las oficinas nacionales de PI no contaban con planes de acción u hojas de ruta que concretaran de qué forma tenían previsto utilizar las capacidades y los recursos facilitados por el proyecto de cara a una mayor promoción y utilización de las marcas colectivas.

#### **D. Aplicación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo (AD)**

##### *La contribución del proyecto a la aplicación de las recomendaciones 1, 4 y 10 de la AD.*

50. **Constatación 19:** La recomendación 1 de la AD apunta a la necesidad de que la asistencia técnica de la OMPI obedezca a la demanda, esté orientada a potenciar el desarrollo

y sea transparente. El proyecto ha dado cumplimiento a esta recomendación, pues sus actividades se centraron en el desarrollo económico de las empresas comunitarias a través de sus asociaciones colectivas. Además, el proyecto adaptó su planteamiento y sus actividades para adecuarse a las necesidades de cada país, conforme a lo establecido en la recomendación 1 de la AD.

51. **Constatación 20:** La recomendación 4 de la AD aborda las necesidades de las pymes y las instituciones dedicadas a la investigación científica, así como de las industrias culturales. Tal como se ha indicado a lo largo del documento, el proyecto brindó apoyo a las pequeñas empresas comunitarias de todos los países beneficiarios. Asimismo, las empresas, asociaciones y productos guardan estrechos vínculos culturales con sus comunidades locales.

52. **Constatación 21:** La recomendación 10 de la AD se centra en el fomento y la mejora de la capacidad de las instituciones nacionales de PI. El proyecto ha contribuido a la aplicación de esta recomendación de la AD con sus actividades de apoyo a las oficinas nacionales de PI en el fortalecimiento de sus capacidades para comprender, promover y gestionar las marcas colectivas.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

53. **Conclusión 1 (Ref.: Constataciones 1 a 11 y 19 a 21).** El proyecto ha conseguido la ejecución satisfactoria de todos sus productos en los cuatro países beneficiarios. Este logro ha permitido que el proyecto contribuya a la aplicación de las recomendaciones de la AD y avance hacia la consecución de su objetivo de desarrollar un sistema de apoyo y fortalecimiento con miras a facilitar el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico. En este sentido, y como se ha descrito más arriba, ya se han dado casos alentadores de asociaciones beneficiarias que han lanzado productos al mercado bajo la marca colectiva.

54. **Conclusión 2 (Ref.: Constataciones 1 a 6).** La gestión del proyecto a cargo de la DACD fue eficiente y eficaz a pesar de las dificultades que supuso su ejecución simultánea en cuatro países, como ya se ha señalado en párrafos anteriores. Al proyecto le habría venido bien contar con unas normas en materia de compras y adquisiciones más sencillas y adaptadas a los distintos contextos nacionales, como también habría sido útil prever espacios de intercambio entre las partes interesadas de cada país.

55. **Conclusión 3 (Ref.: Constataciones 12 a 18).** La probabilidad de consecución de los objetivos del proyecto dependerá de varios aspectos. En primer lugar, las asociaciones beneficiarias deben ser capaces de utilizar y gestionar la marca colectiva. Por otra parte, deben disponer de los medios y el respaldo necesarios para promocionar y comercializar sus productos al amparo de la marca colectiva. A este respecto, los agentes de desarrollo económico se encontraban en condiciones óptimas para prestar este apoyo. Por último, las oficinas nacionales de PI necesitaban contar con planes que les permitieran aprovechar los beneficios del proyecto con miras a impulsar en mayor medida el uso de las marcas colectivas en sus países. En todos estos ámbitos, los países beneficiarios todavía pueden hacer progresos y, para ello, necesitarían un mayor apoyo de los Estados miembros, la OMPI y las partes interesadas nacionales, conforme a lo expuesto en las recomendaciones que figuran a continuación.

56. **Recomendación 1 (Ref.: Conclusión 2, Constataciones 1 a 6).** En aras de la ejecución eficaz de los futuros proyectos de la AD, se insta a la DACD a considerar, en colaboración con la División de Servicios Centrales, la adaptación de las normas en materia de compras y adquisiciones a las actividades que se lleven a cabo a escala nacional, dentro de la observancia del marco normativo y de supervisión vigente en la OMPI.

57. **Recomendación 2 (Ref.: Conclusión 2, Constataciones 1 a 6).** De cara a futuros proyectos similares de la AD que se lleven a cabo en varios países, se recomienda a los Estados miembros y a la DACD que, desde la fase de concepción, contemplen (y consignent en el presupuesto) actividades de intercambio de enseñanzas extraídas entre las partes interesadas nacionales, como seminarios web en línea entre países.

58. **Recomendación 3 (Ref.: Conclusiones 1 y 3, Constataciones 1 a 18).** Para los futuros proyectos de la AD que tengan como objetivo contribuir al desarrollo económico a escala nacional, se alienta a los Estados miembros y a la DACD a contar con agentes de desarrollo económico de los países (o provincias) pertinentes como parte del equipo del proyecto (y de las partes interesadas) o en su concepción.

59. **Recomendación 4 (Ref.: Conclusión 3, Constataciones 12 a 18).** De cara a futuros proyectos de la AD orientados al fortalecimiento de las capacidades de las empresas locales, las asociaciones o las oficinas nacionales de PI, se invita a los Estados miembros y a la DACD a prever (y presupuestar) actividades para facilitar el relevo y el mantenimiento de las enseñanzas extraídas en las propuestas de proyectos.

60. **Recomendación 5 (Ref.: Conclusión 3, Constataciones 12 a 18).** En aras de la sostenibilidad de los beneficios del proyecto, conviene que los países beneficiarios se planteen y lleven a cabo una serie de actividades específicas, entre ellas, las que se proponen a continuación.

- a) Apoyo a las asociaciones beneficiarias en la consolidación de su capacidad de organización interna de cara a la gestión de las marcas colectivas.
- b) Apoyo a las asociaciones beneficiarias en el afianzamiento de sus directrices y pliegos de condiciones de carácter normativo al objeto de que puedan sacar al mercado una amplia gama de productos bajo las marcas colectivas.
- c) Apoyo a las asociaciones beneficiarias en la comercialización y la promoción de los productos acogidos a las marcas colectivas en colaboración con los agentes nacionales (o provinciales) de desarrollo económico.
- d) Apoyo a las oficinas nacionales de PI en la puesta en marcha de hojas de ruta o planes de acción destinados a la promoción activa del uso de marcas colectivas en sus países.
- e) Inclusión del seguimiento del indicador del efecto que figuraba en la propuesta de proyecto original (“Registro de nuevas marcas colectivas en el período de cinco años a contar desde la finalización del proyecto en cada país beneficiario”).

[Sigue el Apéndice I]



## **APÉNDICE I: PERSONAS ENTREVISTADAS O CONSULTADAS**

### **Personal de la OMPI:**

Sr. Andrew Ong, director de la División para Asia y el Pacífico (Sector de Desarrollo Regional y Nacional)

Sr. M'Hamed Sidi El Khir, consejero principal de la División para los Países Árabes (Sector de Desarrollo Regional y Nacional)

Sr. Georges Ghandour, consejero principal de la DACD (Sector de Desarrollo Regional y Nacional)

Sra. Mary Hayrapetyan, administradora adjunta de programas de la DACD (Sector de Desarrollo Regional y Nacional)

Sra. Christina Martínez Limón, (anterior) administradora adjunta de programas de la DACD (Sector de Desarrollo Regional y Nacional)

Sra. Jessyca Van Weelde, administradora adjunta de programas de la DACD (Sector de Desarrollo Regional y Nacional)

### **Personal externo:**

#### ***Estado Plurinacional de Bolivia***

Sra. Patricia Gamboa, consultora internacional (Perú)

Sra. Yhosimia Panique, asesora jurídica nacional

Sr. Nelson Yarby, director del Servicio Regional Agropecuario y del programa EMPODERAR (Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras)

#### ***Brasil***

Sr. Anselmo Buss, consultor nacional

Sr. Henri Lopes, División de PI (Ministerio de Asuntos Exteriores)

Sr. Bruno Rohde, Departamento de Coordinación de Relaciones Internacionales (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial —INPI—)

Sr. Leonardo dos Reis Santana, División de PI (Ministerio de Asuntos Exteriores)

#### ***Filipinas***

Sr. Aldrin Mendoza, consultor nacional

Sra. Nona Nicerio, asociación Orgullo Kan Bicol (OKB)

Sr. Niño Torre, oficina nacional de PI (IPOP HL)

**Túnez**

Sra. Audrey Aubard, consultora internacional (Francia)

Sra. Wafa Ben Hamida, consultora nacional

Sra. Zeineb Letaief, primera secretaria de la Misión Permanente de Túnez (Ginebra)

Sra. Intissar Mersni, presidenta de la asociación APROG

[Sigue el Apéndice II]

## APÉNDICE II: DOCUMENTOS CONSULTADOS

OMPI (2019), CDIP, *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*, CDIP/24/9.

OMPI (2021-2023), sesiones 26.<sup>a</sup>, 29.<sup>a</sup>, 30.<sup>a</sup> y 31.<sup>a</sup> del CDIP. *Informes de situación*.

OMPI (2024), CDIP, 32.<sup>a</sup> sesión, *Informe de finalización del proyecto sobre el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico*, CDIP/32/10.

OMPI y Oficinas nacionales de PI (Bolivia, el Brasil, Filipinas y Túnez) (2022-2023), *Directrices y folleto sobre el uso de las marcas colectivas* (varios).

Página web del proyecto de la OMPI sobre marcas colectivas: <https://www.wipo.int/collective-marks/es/index.html>

[Sigue el Apéndice III]



## **APÉNDICE III: INFORME INICIAL**

### **1. Introducción**

El presente documento es un informe inicial de la evaluación del proyecto de la AD sobre el registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico. En él se establecen la finalidad, los objetivos, la estrategia, metodología y el plan de trabajo de la evaluación. El informe final se basará en este informe inicial y deberá ser aprobado por la OMPI.

### **2. Finalidad y objetivos**

La finalidad principal de la presente evaluación es valorar la ejecución del proyecto y su desempeño general, que servirá de base para el proceso de toma de decisiones del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP).

La evaluación tiene un doble objetivo principal:

1. Aprender a partir de la experiencia durante la ejecución del proyecto: qué funcionó bien y qué no funcionó bien para continuar las actividades en este campo. Ello comprende valorar el marco de concepción del proyecto, su gestión, incluidos los instrumentos de supervisión y presentación de informes, así como cuantificar los resultados obtenidos a la fecha, informar al respecto y evaluar la probabilidad de la sostenibilidad de los resultados obtenidos.
2. Facilitar información empírica de la evaluación en apoyo del proceso de toma de decisiones del CDIP.

En particular, se evaluará en qué medida el proyecto ha resultado útil para la ejecución de las acciones que se detallan a continuación.

- a) Identificación de los productos que serían susceptibles de beneficiarse de una marca colectiva y selección del producto final.
- b) Desarrollo, registro y lanzamiento de la marca colectiva.
- c) Organización de actividades de sensibilización y fortalecimiento de capacidades.

### **3. Estrategia de evaluación**

- La evaluación se llevará a cabo de forma participativa, con intervención de todas las partes interesadas pertinentes en las diferentes etapas de la evaluación, dentro de lo posible.
- Se reunirá información y datos de diversas fuentes mediante la utilización de diferentes métodos de investigación a fin de poder triangular y hacer referencia a los resultados obtenidos.
- La evaluación alcanzará un equilibrio entre las preguntas sobre la concepción del proyecto (“qué funcionó”) y las preguntas sobre su eficacia (“qué se logró”). Esto apoyará directamente el logro de los objetivos mencionados.

#### 4. Marco de la evaluación

Tema y preguntas	Indicadores propuestos	Instrumentos de recopilación de datos	Fuentes de información
<b>Concepción y gestión del proyecto</b>			
1. La idoneidad del documento del proyecto inicial para servir de guía en la ejecución del proyecto y evaluación de los resultados obtenidos.	La utilización del documento de proyecto para orientar la ejecución y la evaluación de los resultados obtenidos	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
2. Los instrumentos utilizados para la supervisión del proyecto, la evaluación interna y presentación de informes y el análisis de su idoneidad y utilidad para ofrecer al equipo del proyecto y a las principales partes interesadas información pertinente para la toma de decisiones.	Utilidad de los instrumentos de supervisión y presentación de informes	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
3. La medida en que otras entidades de la Secretaría de la OMPI han contribuido y permitido la ejecución eficaz y eficiente del proyecto.	Número de entidades de la OMPI que participaron en el proyecto y su contribución	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
4. La medida en que los riesgos identificados en el documento del proyecto inicial se han materializado o mitigado.	Tipos de riesgos encontrados durante la ejecución del proyecto y cómo los abordaron	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
5. La capacidad del proyecto para responder a nuevas tendencias, tecnologías y otros factores externos.	Capacidad de respuesta del proyecto a los factores externos	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
<b>Eficacia</b>			
1. La eficacia y utilidad de los productos obtenidos en el marco del proyecto, en particular los estudios exploratorios sobre las áreas de producción y las empresas comunitarias susceptibles de beneficiarse del uso de marcas colectivas; la redacción y adopción de reglamentos de uso de las marcas colectivas; y la elaboración de una guía práctica sobre desarrollo y	Grado de eficacia y utilidad de los productos obtenidos en el contexto del proyecto	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas

registro de marcas colectivas para su reproducción en otras situaciones y su adaptación a cada país beneficiario.			
2. La eficacia del proyecto en la identificación de los posibles productos susceptibles de beneficiarse de una marca colectiva y la selección del producto final.	Grado de eficacia del proyecto en la identificación de posibles productos	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
3. La eficacia del proyecto en el desarrollo, registro y lanzamiento de la marca colectiva.	Grado de eficacia del proyecto en el desarrollo, registro y lanzamiento de la marca colectiva	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
4. La eficacia del proyecto en la organización de actividades de fortalecimiento de capacidades y sensibilización.	Grado de eficacia del proyecto en la organización de actividades de fortalecimiento de capacidades y sensibilización	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
<b>Sostenibilidad</b>			
1. La probabilidad de continuar con la labor sobre el recurso al registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal del desarrollo económico.	Probabilidad de continuar con el recurso al registro de marcas colectivas de emprendimientos locales	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas
<b>Aplicación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo (AD)</b>			
1. La contribución del proyecto a la aplicación de las recomendaciones 1 , 4 y 10 de la AD.	Grado de cumplimiento de las recomendaciones	Examen de documentos Entrevistas	Personal de la OMPI Partes interesadas externas

Los instrumentos de investigación se utilizarán en los diferentes temas y preguntas. El siguiente cuadro brinda más información sobre estos instrumentos y cómo se pondrán en práctica.

Herramientas	Descripción	Fuente de información
<i>Entrevistas internas</i>	Alrededor de 9 entrevistas semiestructuradas	<i>Por teléfono y en persona:</i> Personal de la Secretaría de la OMPI: - División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo (DACD), Secretaría de la OMPI - Sector de Desarrollo Regional y Nacional
<i>Entrevistas externas</i>	Alrededor de 15-25 entrevistas semiestructuradas	<i>Por teléfono y en persona:</i> - parte interesada en cada uno de los cuatro países - representantes gubernamentales - coordinadores de los grupos

<i>Examen de documentos</i>	Examen de la documentación principal	Documentación de la OMPI, en particular publicaciones/informes internos y externos, guías, videos y demás herramientas creadas.
-----------------------------	--------------------------------------	---

La lista de personas a las que se entrevistará figura más adelante en el apéndice.

**Métodos de análisis de datos:** Los datos cuantitativos y cualitativos recopilados se analizarán y compilarán mediante el uso de métodos comparativos y estadísticos, cuando proceda. Los datos estarán relacionados y organizados a fin de responder a las preguntas de la evaluación. A continuación, estas constataciones servirán de base para las conclusiones y las recomendaciones propuestas.

## 5. Plan de trabajo y calendario

Los hitos y calendario propuestos son los siguientes:

Hitos/aportes concretos	Fechas importantes
Inicio	4 de enero de 2024
Presentación del informe inicial a la OMPI	25 de enero de 2024
Comentarios de la OMPI sobre el informe inicial	29 de enero de 2024
Presentación de la versión final del informe inicial a la OMPI	31 de enero de 2024
Presentación del proyecto de informe a la OMPI	1 de marzo de 2024
Correcciones de la OMPI al proyecto de informe	5 de marzo de 2024
Presentación del informe final a la OMPI	7 de marzo de 2024
Presentación del informe de evaluación en el CDIP	29 de abril - 3 de mayo de 2024

## 6. Hipótesis y riesgos fundamentales

Está previsto que el equipo del proyecto y la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo (DACD) ayuden al consultor en las siguientes tareas: acceder a todos los documentos fundamentales tras su identificación, informar a las principales partes interesadas acerca de la evaluación, hacer las presentaciones necesarias, brindar información de contacto y facilitar las entrevistas pertinentes, y trasladar en forma oportuna comentarios consolidados acerca de los aportes concretos. También se supone que las entrevistas serán eficaces y que no habrá barreras lingüísticas (el consultor domina el inglés y el francés). También se supone que las personas entrevistadas estarán disponibles y dispuestas a proporcionar la información solicitada.

[Fin del Apéndice III y del documento]