

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Trigésima sexta sesión
Ginebra, 4 a 8 de mayo de 2026

INFORME DE FINALIZACIÓN DEL PROYECTO SOBRE EMPODERAMIENTO DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS MEDIANTE LA PI: DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE APOYO A LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y LAS MARCAS COLECTIVAS EN EL PERIODO POSTERIOR AL REGISTRO

preparado por la Secretaría

1. En los Anexos del presente documento se recoge el informe de finalización del proyecto de la Agenda para el Desarrollo (AD) sobre empoderamiento de las pequeñas empresas mediante la PI: desarrollo de estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas en el periodo posterior al registro. El informe abarca el período completo de ejecución del proyecto, es decir, de noviembre de 2022 a diciembre de 2025.

2. Se invita al Comité a tomar nota de la información que figura en los Anexos del presente documento.

[Siguen los Anexos]

RESUMEN DEL PROYECTO	
<u>Código del proyecto</u>	DA_1_4_10_11_01
<u>Título</u>	Empoderamiento de las pequeñas empresas mediante la PI: desarrollo de estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas en el período posterior al registro
Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo	Recomendaciones 1, 4, 10 y 11.
<u>Presupuesto del proyecto</u>	Presupuesto total: 592 300 francos suizos asignados a recursos no relativos a personal.
<u>Duración del proyecto</u>	39 meses (duración inicial 36 meses + una extensión de tres meses acordada en la trigésima tercera sesión del CDIP)
<u>Principales sectores/ámbitos de la OMPI interesados</u>	Sector encargado de la ejecución: Marcas y Diseños. Otros sectores interesados: Desarrollo Regional y Nacional.
<u>Breve descripción del proyecto</u>	<p>El proyecto pretende desarrollar herramientas para el fortalecimiento de las capacidades e iniciativas para el empoderamiento de los usuarios o los titulares de derechos de indicaciones geográficas o de marcas colectivas o de certificación de países en desarrollo, en el período posterior al registro para ejercer eficazmente sus derechos de PI.</p> <p>Aunque se centra en indicaciones geográficas y en marcas colectivas o de certificación específicas de los países en desarrollo participantes, el proyecto elaborará estrategias, planes y herramientas que puedan ser reproducidos por otros usuarios o titulares de derechos de indicaciones geográficas o de marcas colectivas o de certificación e incorporados a los contextos nacionales o regionales por las autoridades competentes y las partes interesadas.</p>
<u>Dirección del proyecto</u>	Sra. Alexandra Grazioli, directora, Registro de Lisboa, Departamento de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas, Sector de Marcas y Diseños.
<u>Vínculos con los resultados previstos en el programa de trabajo y presupuesto para 2024/25</u>	<p>4.1 Un uso más eficaz de un sistema equilibrado de PI para apoyar el crecimiento y el desarrollo de todos los Estados miembros y sus regiones y subregiones, entre otras cosas, mediante la incorporación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo.</p> <p>4.3 Aumento de los conocimientos y competencias en materia de PI en todos los Estados miembros.</p>

	<p>4.4 Más innovadores, creadores, pymes, universidades, instituciones de investigación y comunidades sacan provecho de la PI.</p>
<p><u>Visión de conjunto de la ejecución del proyecto</u></p>	<p>A continuación se ofrece una visión general de la ejecución del proyecto, sobre la base de la entrega de los productos del proyecto descritos en el documento de proyecto revisado y aprobado (CDIP/27/7).</p> <p>Selección de los productos piloto, aprobación del equipo del proyecto y plan de proyecto a escala nacional.</p> <p>Se seleccionaron los productos piloto en cada uno de los cuatro países beneficiarios, según se indica a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none">• Argelia: IG <i>Datte Deglet Nour de Tolga</i>• Brasil: IG <i>Mel do Norte de Minas Gerais</i>• Pakistán: IG <i>Sindhri Mango</i>• Uganda: IG <i>Rwenzori Mountains of the Moon Coffee</i>. <p>Se confirmaron los planes de proyecto a escala nacional y se designaron a los miembros del comité directivo nacional y a los coordinadores nacionales en cada uno de los países beneficiarios.</p> <p>En Argelia, se celebró en Biskra un acto de presentación en diciembre de 2023, al que acudieron representantes de las autoridades nacionales y las principales partes interesadas. En el marco de este acto se impartió una formación sobre gestión de proyectos.</p> <p><u>Estudios nacionales sobre los desafíos que se plantean en el período posterior al registro</u></p> <p>En mayo de 2023, se contrató a dos expertos internacionales para elaborar la metodología del estudio sobre los desafíos a los que se enfrentan los productores locales que son usuarios o titulares de una IG o de una marca colectiva o de certificación, así como para proporcionar orientación a los consultores nacionales.</p> <p>En junio, los expertos internacionales prepararon una encuesta preliminar con el fin de definir la información que los consultores nacionales deberían recopilar para los estudios.</p> <p>Los estudios nacionales del Pakistán y Uganda finalizaron en septiembre de 2023. Los del Brasil y Argelia se completaron en diciembre de 2023 y abril de 2024, respectivamente. Los cuatro estudios se armonizaron y se comunicaron para su validación en 2025.</p>

La versión definitiva del estudio mundial armonizado se completó en septiembre de 2025 y [se puso a disposición](#) en el Catálogo de proyectos y productos de la AD en inglés, francés y portugués.

Actividades de información

Entre octubre de 2023 y septiembre de 2024 se realizaron actividades de información en los cuatro países beneficiarios. Estas actividades reunieron a autoridades nacionales, grupos de productores y partes interesadas locales para presentar los resultados del estudio nacional armonizado, debatir sobre los desafíos que se plantean en el período posterior al registro y mejorar la comprensión de la gestión colectiva de las IG seleccionadas.

En el Brasil, la actividad informativa se integró en el Seminario de Apicultura en el Norte de Minas Gerais, lo que permitió que el proyecto llegara a un público mucho más amplio, que superó los 600 participantes.

En el Pakistán, se realizaron dos actividades de información. En la primera se presentó el proyecto y los resultados iniciales del estudio a las autoridades nacionales y a las partes interesadas, mientras que en la segunda se interactuó directamente con los productores para sensibilizarlos sobre las IG y las actividades que estaban previstas en el marco del proyecto.

Talleres sobre gestión colectiva y gobernanza interna

Entre marzo de 2024 y junio de 2025, se organizó una serie de talleres nacionales sobre gestión colectiva y gobernanza interna en los cuatro países beneficiarios.

En Argelia, el taller se centró en la gobernanza interna y los sistemas de control. Se proporcionó orientación práctica sobre los procedimientos de toma de decisiones, la documentación de las responsabilidades y la aplicación de mecanismos de control en coordinación con las autoridades competentes.

En el Brasil, el taller se centró en el fortalecimiento de las estructuras organizativas, la mejora de los procesos de toma de decisiones y la clarificación de las responsabilidades en el seno de los grupos de productores de la IG.

En el Pakistán, se organizaron dos talleres que reunieron a autoridades públicas, organizaciones de productores, representantes del sector privado e investigadores para ayudar a comprender mejor la gobernanza de las IG. Se prestó especial atención a los aspectos técnicos y de gestión de la IG seleccionada.

En Uganda, la sesión prestó apoyo a la asociación de productores de la IG Rwenzori y a las instituciones locales, con el fin de aclarar funciones y responsabilidades y abordar los desafíos prácticos en materia de gestión.

En general, estas actividades reforzaron las prácticas de gestión colectiva y fortalecieron los sistemas de gobernanza interna en los cuatro países beneficiarios.

Estrategias, guías o material de formación elaborados para fortalecer la gestión colectiva

Tras los talleres, los expertos elaboraron planes de acción en estrecha colaboración con los equipos del proyecto para abordar las necesidades y deficiencias en materia de gobernanza y gestión de las IG seleccionadas en los países beneficiarios.

En Argelia, el experto nacional finalizó el plan de acción en agosto de 2025, que proporcionó un marco claro para orientar las siguientes fases de la ejecución.

En el Brasil, se elaboró un plan de acción para abordar las deficiencias en materia de gobernanza y gestión de la Asociación CODEANM, que se encarga de la supervisión de la IG seleccionada. En el plan se indicaron cuestiones relacionadas con la representación, la inclusión, los procedimientos internos, la comunicación y los recursos, y se propusieron medidas inmediatas y de bajo costo, como la digitalización de documentos, la divulgación en línea y una mayor transparencia.

En el Pakistán, se elaboró un plan de acción para reforzar la gobernanza y la gestión de la IG seleccionada. Asimismo, se elaboró un folleto multilingüe para orientar a los productores a lo largo del proceso de registro de la IG, y se creó un video animado en colaboración con la Oficina de Propiedad Intelectual del Pakistán para explicar el procedimiento de autorización de forma clara y comprensible.

En Uganda, el plan de acción se centró en reforzar la gobernanza y la gestión de la IG seleccionada. También se elaboró un folleto en colaboración con la asociación de productores de la IG para sensibilizar a los cultivadores de café y a los compradores locales.

Elaboración de una estrategia de desarrollo de marca y comercialización

Se prestó apoyo específico con miras a fortalecer el desarrollo de marca, la promoción y la comercialización de las IG seleccionadas mediante talleres especializados y estrategias a medida.

En Argelia, un experto en desarrollo de marcas colectivas y comercialización para productos de origen impartió formación y

prestó asistencia técnica personalizada al grupo de productores de la IG seleccionada. El apoyo abarcó el diseño y la aplicación de una estrategia de desarrollo de marca y comercialización en estrecha colaboración con los productores, así como la elaboración de directrices para el desarrollo de marca con el fin de facilitar la comercialización colectiva después del registro. En diciembre de 2025 se organizó un último taller sobre promoción, comercialización y control para consolidar esos esfuerzos.

En el Brasil, se llevó a cabo en marzo de 2025 un taller sobre desarrollo de marca y comercialización en el que participaron productores y asociados locales. Las sesiones se centraron en definir la propuesta de valor de la IG, reforzar la identidad de marca, mejorar la comunicación con los compradores y determinar medidas prácticas para mejorar el posicionamiento en el mercado. Posteriormente, se ultimó la estrategia de desarrollo de marca de la IG, en la que se esbozaron los mensajes clave, los mercados objetivo y las esferas de actuación prioritarias en materia de promoción.

En Uganda, un taller sobre desarrollo de marca y comercialización celebrado en mayo de 2025 con la participación de productores y asociados locales llevó a la elaboración de una estrategia de desarrollo de marca y comercialización para reforzar el posicionamiento de mercado de la IG, definir mensajes clave para los compradores y determinar las esferas de actuación prioritarias en materia de promoción.

Actividades de sensibilización

En todos los países beneficiarios se elaboraron materiales de sensibilización para aumentar la visibilidad, el reconocimiento y el posicionamiento en el mercado de las IG seleccionadas.

En Argelia, en colaboración con los consultores nacionales, se elaboró un conjunto completo de materiales de sensibilización, que incluía un video animado, un video de estilo documental, una nueva identidad visual y logotipos, un manual de marca y un sitio web específico.

En el Brasil, el grupo de productores de la IG participó en las ferias comerciales *Origens Brasileiras* y *Superminas*, lo que contribuyó a aumentar la visibilidad y la interacción con consumidores y compradores. Se elaboró un conjunto completo de materiales promocionales, que incluía un video de estilo documental, un video animado, un nuevo logotipo, un manual de marca, un sitio web específico para la IG y páginas en redes sociales.

En el Pakistán, se crearon una animación de tipo dibujo animado, un video promocional de estilo documental y un sitio web específico para la IG seleccionada. Esos materiales sirvieron de apoyo al acto de presentación de la IG, que la

promocionó entre el público en general y las principales partes interesadas nacionales e internacionales.

En Uganda, se crearon un video promocional de estilo documental, una animación de estilo dibujo animado y un sitio web específico para la IG *Rwenzori Mountains of the Moon Coffee*. Estas herramientas, junto con las páginas de la IG en las redes sociales, reforzaron la divulgación entre productores, compradores y consumidores, y sirvieron de apoyo al acto de presentación de la IG. En noviembre de 2024 se celebró en Kampala una conferencia nacional sobre la IG, en colaboración con la Oficina de Servicios de Registro de Uganda (URSB), dirigida a las partes interesadas del sector público y privado. En octubre de 2025, la IG se promocionó aún más en la Conferencia y Feria del Café de África Oriental, celebrada en Kenya, lo que aumentó la visibilidad regional y las oportunidades de interactuar con compradores internacionales y asociados del sector.

Apoyo al desarrollo y la aplicación de sistemas de control y certificación rentables

Se llevaron a cabo actividades específicas para reforzar los sistemas de control y certificación de las IG seleccionadas, centrándose en soluciones prácticas y rentables adaptadas a los contextos nacionales.

En el Brasil, se celebraron reuniones con un proveedor de trazabilidad basada en la nube para explorar una solución de alta tecnología que pudiera reproducirse en todos los países beneficiarios. Con el apoyo del Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE), se avanzó en la verificación de los planes de control existentes y en la consolidación de las listas de productores. Con el fin de seguir poniendo en pleno funcionamiento el sistema, se contrató a dos consultores nacionales para examinar y aplicar el plan de control de la IG. Las medidas de control se aplicaron durante la temporada de cosecha de 2025.

En el Pakistán se organizó un taller sobre sistemas de control con la participación de la autoridad de control, la Oficina de Propiedad Intelectual del Pakistán y las partes interesadas. Se prestó especial atención a la elaboración de un plan de control práctico para la IG seleccionada y a la definición de las funciones y responsabilidades institucionales. Posteriormente se contrató a un consultor nacional para desarrollar una base de datos de usuarios potenciales de la IG y preparar un informe de opinión sobre posibles modificaciones del pliego de condiciones de la IG seleccionada. Los principales productores de mango asistieron a un taller sobre gobernanza interna para examinar el pliego de condiciones y obtener mayores detalles sobre el sistema de IG y los procedimientos de autorización.

	<p>En Uganda, en mayo de 2025 se organizó un taller sobre sistemas de control y certificación junto con el taller sobre desarrollo de marca y comercialización. Se formuló un plan de control rentable con la participación de las autoridades nacionales y la asociación de productores de la IG. Se elaboraron formularios de trazabilidad y listas actualizadas de productores para apoyar la aplicación práctica de los sistemas de control.</p> <p><u>Taller de examen transnacional sobre gobernanza y comercialización de las IG</u></p> <p>En noviembre de 2025 se celebró un taller en la OMPI, en Ginebra (Suiza), dirigido a los equipos de proyecto y productores de Argelia, el Brasil, el Pakistán y Uganda, con el fin de facilitar el intercambio entre países y realizar un examen conjunto de los resultados del proyecto. En el taller se hizo especial hincapié en la gobernanza interna y los sistemas de control, así como en el desarrollo de marca y la comercialización, y sirvió como foro principal para presentar las conclusiones consolidadas y examinar los aportes concretos finalizados de carácter técnico y promocional.</p> <p>Se complementó con una exposición y una cata organizadas durante la trigésima quinta sesión del CDIP, lo que contribuyó a sensibilizar a los miembros del Comité.</p>
<p><u>Principales resultados e incidencia del proyecto</u></p>	<p>✓ Aumentó la sensibilización sobre las indicaciones geográficas y sus posibles beneficios entre las autoridades nacionales, los grupos de productores y otras partes interesadas, gracias a las actividades de información, las consultas y las actividades de divulgación llevadas a cabo en los cuatro países beneficiarios.</p> <p>✓ Los talleres de formación reforzaron la comprensión de los participantes sobre los principios de la gestión colectiva de las IG (o de marcas colectivas o de certificación de productos de origen), incluidas las funciones y responsabilidades, y la importancia de una toma de decisiones coordinada por parte de los grupos de productores.</p> <p>✓ Se presentó a los productores locales y a las pequeñas empresas los elementos clave de los sistemas de IG (o de marcas colectivas o de certificación de productos de origen), tales como los mecanismos de gobernanza interna, las herramientas básicas de control y el cumplimiento de las especificaciones de los productos.</p> <p>✓ Se intensificó la sensibilización pública sobre las IG mediante la elaboración y difusión de folletos, videos, sitios web específicos y actividades destinadas a aumentar la visibilidad. Estas actividades pusieron de relieve las cualidades distintivas de los productos y comunicaron a un amplio público el valor de la protección de las IG.</p>

	<p>✓ El apoyo al desarrollo de marca y la comercialización, especialmente en el Brasil y Uganda, proporcionó a los grupos de productores de las IG orientación sobre cómo presentar en el mercado las cualidades vinculadas al origen, lo que sentó las bases para un mayor desarrollo.</p> <p>✓ Los intercambios regionales e internacionales, incluido el taller celebrado en la OMPI en noviembre de 2025 y la participación en actividades nacionales y regionales, facilitaron el intercambio de conocimientos y mejoraron la comprensión de los participantes sobre las buenas prácticas en materia de gobernanza, sistemas de control y sensibilización en relación con las IG.</p>
<p><u>Experiencia adquirida y enseñanzas extraídas</u></p>	<ol style="list-style-type: none">1. La colaboración continua con los coordinadores nacionales resultó esencial para promover las actividades. En los casos en que se preservó la estabilidad de los coordinadores locales y la continuidad de los canales de comunicación, la aplicación resultó más fluida. Sin embargo, los frecuentes cambios en los equipos nacionales o las interrupciones en los canales de comunicación provocaron retrasos a lo largo del ciclo del proyecto.2. La exactitud y la exhaustividad de la información preliminar facilitada por los países beneficiarios tuvieron una incidencia directa en la planificación y la ejecución del proyecto. Cuando la información inicial era incompleta, fue necesario realizar ajustes durante la ejecución. Esto puso de relieve la importancia de un proceso de evaluación y verificación más riguroso en la fase inicial del proyecto.3. Las diferencias en los marcos jurídicos nacionales y en los niveles de preparación institucional influyeron en la pertinencia y la eficacia de las actividades. Un enfoque más flexible y adaptado a cada país permitiría una mejor armonización entre el contenido técnico del proyecto y el contexto normativo e institucional de cada país.4. Las reuniones presenciales, en particular los primeros contactos con los grupos de productores y los actores locales, resultaron más eficaces que las interacciones virtuales. Las visitas sobre el terreno contribuyeron a generar confianza, aclarar las expectativas y mejorar la comprensión de la realidad de los productores, lo cual fue fundamental para diseñar intervenciones prácticas y creíbles.5. Los grupos de productores que habían participado activamente durante la fase de registro de las IG se mostraron más proactivos y participaron con más facilidad en las actividades del proyecto. También demostraron una mayor motivación para utilizar las IG como herramienta para el desarrollo.

	<p>6. Los productores respondieron de forma más activa cuando las actividades del proyecto se vinculaban a oportunidades comerciales concretas. Las actividades destinadas a aumentar la visibilidad, los materiales promocionales y la interacción con los compradores suscitaron un mayor interés y una participación sostenida, lo que confirma que las intervenciones prácticas y orientadas al mercado refuerzan significativamente el compromiso con las iniciativas de gestión colectiva.</p>
<p><u>Riesgos y estrategias de mitigación</u></p>	<p>A continuación se enumeran los riesgos encontrados durante la ejecución del proyecto. También se definieron y aplicaron estrategias de mitigación.</p> <p><u>Riesgo 1:</u> resistencia de algunos productores locales y grupos de productores a modificar sus prácticas de producción y comercialización y pasar a la gestión colectiva del régimen de calidad para los productos de origen.</p> <p><u>Medida de mitigación 1:</u> realizar campañas de información y sensibilización de alto impacto sobre las ventajas comparativas del uso de indicaciones geográficas y de marcas colectivas o de certificación, así como de la gestión colectiva de régimen de calidad conexo.</p> <p><u>Riesgo 2:</u> posibles conflictos en el seno de grupos de productores, que podrían retrasar las acciones para una aplicación adecuada de la gestión colectiva de la IG o la marca colectiva o de certificación, y del régimen de calidad conexo.</p> <p><u>Medida de mitigación 2:</u> realizar actividades de sensibilización dirigidas a las autoridades y los productores locales sobre los efectos de la debilidad organizativa en la formulación de iniciativas colectivas.</p> <p><u>Riesgo 3:</u> capacidad institucional limitada por parte de los grupos de productores para establecer regímenes de gestión colectiva de la IG.</p> <p><u>Medida de mitigación 3:</u> ofrecer formación a medida adaptada a los grupos de productores seleccionados para mejorar su capacidad de gestionar y aplicar eficazmente los regímenes de gestión colectiva.</p> <p><u>Riesgo 4:</u> cambios en las autoridades y los coordinadores nacionales que podrían provocar retrasos en el avance y exigir ajustes en las iniciativas en curso.</p> <p><u>Medida de mitigación 4:</u> establecer canales de comunicación sólidos y mantener el contacto continuo con las principales partes interesadas para garantizar transiciones fluidas y minimizar las interrupciones.</p>

	<p><u>Riesgo 5</u>: posibilidad de desastres naturales que pueden producir limitaciones o interrupciones que interfieran con la ejecución del proyecto.</p> <p><u>Medida de mitigación 5</u>: seguimiento atento de la situación en cada país beneficiario, en colaboración con los coordinadores nacionales; adaptación de las modalidades de ejecución de las actividades (por ejemplo, dar prioridad a las reuniones virtuales y reducir los desplazamientos) cuando sea factible.</p>
<p><u>Porcentaje de ejecución del proyecto</u></p>	<p>El porcentaje de utilización del presupuesto en diciembre de 2025, sobre el total asignado para recursos no relativos a personal, fue del: 83 %.</p> <p>Para más información, véase el Anexo II del presente documento.</p>
<p><u>Informes previos</u></p>	<p>El primer informe de situación figura en el Anexo IX del documento CDIP/29/2, el segundo se incluye en el Anexo VI del documento CDIP/31/3, el tercero figura en el Anexo IV del documento CDIP/33/3 y el cuarto en el Anexo III del documento CDIP/35/3.</p>
<p><u>Seguimiento y difusión</u></p>	<p>Se propone crear una página web específica de la OMPI para alojar la documentación del proyecto, los estudios nacionales y los materiales de sensibilización elaborados en el marco del proyecto.</p> <p>Una vez puesta en línea, la página web seguirá estando accesible y se actualizará según proceda.</p> <p>Toda la información pertinente sobre los proyectos también está disponible en el Catálogo de proyectos y productos de la AD.</p>

EVALUACIÓN INTERNA DEL PROYECTO

Clave de los colores

****	***	**	SA	NA
Plenamente logrado	Avance notable	Avance parcial	Sin avances	No disponible (sin evaluar/actividad interrumpida)

Productos del proyecto (resultado previsto)	Indicadores de obtención de resultados (indicadores de productos)	Datos sobre el rendimiento	Clave de los colores
Selección de tres países beneficiarios además del Brasil	Tres países beneficiarios seleccionados (con arreglo a los criterios de selección expuestos en el documento del proyecto).	Plenamente logrado: además del Brasil, se seleccionaron otros tres países beneficiarios, a saber: Argelia, el Pakistán y Uganda.	****
Designación de los coordinadores nacionales	Coordinadores nacionales (uno por país beneficiario) designados.	Plenamente logrado: se designaron coordinadores nacionales en todos los países beneficiarios.	****
Planes de proyecto a escala nacional	Planes de proyecto a escala nacional aprobados (uno por país beneficiario).	Plenamente logrado: se aprobaron los planes de proyecto a escala nacional en todos los países beneficiarios.	****
Actividades de información	Realización de actividades de información.	Plenamente logrado: se realizaron actividades de información en todos los países beneficiarios.	****
Estudios sobre los desafíos que se plantean en el período posterior al registro	1. Elaboración de estudios sobre los desafíos que se plantean en el período posterior al registro en cada país beneficiario; y	Plenamente logrado: los estudios nacionales se completaron y el estudio mundial fue publicado en el sitio web del Catálogo de proyectos y productos de la AD.	****
	2. Validación de los estudios sobre los desafíos que se plantean en el período posterior al registro por el equipo de gestión del proyecto de la OMPI y el coordinador		

	nacional de cada país beneficiario.		
Selección de indicaciones geográficas o marcas colectivas o de certificación	Indicaciones geográficas o marcas colectivas o de certificación seleccionadas (una por país beneficiario).	Plenamente logrado: todos los países beneficiarios seleccionaron una IG o una marca colectiva o de certificación.	****
Estrategias, guías o material de formación	Elaboración de estrategias, guías o material de formación para reforzar la gestión colectiva de las indicaciones geográficas o de las marcas colectivas o de certificación.	Plenamente logrado: se elaboraron planes de acción para las indicaciones geográficas seleccionadas en todos los países beneficiarios.	****
Talleres y actividades de formación sobre desarrollo rural y local	Realización de talleres y actividades de formación con la participación de las partes interesadas y los agentes locales que contribuyen a iniciativas de desarrollo rural y local.	Plenamente logrado: se realizaron talleres en todos los países beneficiarios.	****
Talleres y actividades de formación sobre gestión colectiva	Realización de talleres y actividades de formación con la participación de grupos de productores seleccionados sobre la gestión colectiva del régimen de calidad aplicable a los productos de origen y el fortalecimiento de su gobernanza interna.	Plenamente logrado: se realizaron talleres en todos los países beneficiarios.	****
Sistemas de control y certificación	1. Elaboración de sistemas de control y certificación.	Avance notable: se elaboró un plan de control en todos los países beneficiarios. La ejecución está en curso en Uganda y el Brasil.	***
	2. Aplicación de sistemas de control y certificación.		
Estrategia de desarrollo de marca y comercialización	1. Elaboración y aplicación de una estrategia de desarrollo de marca y comercialización.	Avance notable: se elaboró la estrategia de desarrollo de marca y comercialización en el Brasil, Uganda y Argelia. La aplicación se ha iniciado en el Brasil y	***

	2. Aplicación de una estrategia de desarrollo de marca y comercialización.	Uganda.	
Sensibilización	1. Realización de actividades de sensibilización.	Plenamente logrado: se realizaron actividades de sensibilización y se elaboró el material conexo en cada país beneficiario.	****
	2. Elaboración de material de sensibilización		

[Sigue el Anexo II]

Empoderamiento de las pequeñas empresas mediante la PI: desarrollo de estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas en el período posterior al registro

Utilización de los recursos a finales de diciembre de 2025

(en francos suizos)

Categoría de costo	Presupuesto del proyecto	Gastos¹	Utilización del presupuesto
Recursos de personal	-	-	-
Recursos no relativos a personal	592 300	491 745	83 %
Total	592 300	491 745	83 %

¹ No incluye los gastos de evaluación del proyecto.

[Fin del Anexo II y del documento]