

CDIP/26/9

ORIGINAL: INGLÉS

fecha: 2 DE JUNIO DE 2021

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

**Vigesimosexta sesión
Ginebra, 26 a 30 de julio de 2021**

PROPUESTA DE PROYECTO PRESENTADA POR EL BRASIL SOBRE EL 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

*preparada por la Secretaría*

 En una nota verbal dirigida a la Secretaría el 31 de mayo de 2021, la Misión Permanente del Brasil ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) y otras organizaciones económicas con sede en Ginebra, presentó una propuesta de 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”, con el fin de someterla a la consideración de la vigesimosexta sesión del CDIP.

 La nota verbal y la propuesta de proyecto figuran en el Anexo.

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

[sigue el Anexo]

**Traducción por la Oficina Internacional de una carta con fecha 31 de mayo de 2021 (referencia 28/2021)**

**Enviada por:** Misión Permanente del Brasil ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) y otras organizaciones económicas en Ginebra

**Destinatario:** Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) Ginebra

**Objeto:** Propuesta de proyecto sobre el 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

La Misión Permanente del Brasil ante la Organización Mundial del Comercio (OMC) y otras organizaciones económicas en Ginebra presenta sus atentos saludos a la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo, y tiene el honor de remitir la propuesta de proyecto titulada “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” con el fin de someterla a examen del Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP). La Misión Permanente del Brasil solicita amablemente a la Secretaría de la OMPI que distribuya la propuesta de proyecto a los Estados miembros y la incluya en el orden del día de la vigesimosexta sesión del CDIP. Se adjunta a la presente comunicación una copia del proyecto propuesto que será enviado por correo electrónico a la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo.

La Misión Permanente del Brasil aprovecha la ocasión para reiterar a la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual el testimonio de su más alta consideración.

|  |
| --- |
| 1. RESUMEN |
| Código del proyecto | [a completar por la OMPI] |
| Título | *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* |
| Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo | 1, 4, 10 y 11 (a complementar/confirmar)  |
| Descripción breve del proyecto | Las pequeñas empresas y los productores de los países en desarrollo recurren cada vez más a los derechos de propiedad intelectual así como a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas para proteger y promover las características únicas de determinados productos locales. El lugar de origen de un producto puede estar vinculado a atributos de calidad y a características exclusivas que pueden aprovecharse para mejorar el acceso de las comunidades locales al mercado, aumentar los ingresos de los productores y promover el desarrollo de las zonas rurales. La protección de la PI también puede alentar a los productores a definir y salvaguardar estándares comunes de calidad, así como métodos tradicionales de producción, y proteger y promover la cultura y la historia locales. El registro de indicaciones geográficas o de marcas colectivas es solo el primer paso en la obtención exitosa de una indicación geográfica o una marca colectiva. La mayor parte de los desafíos a los que se enfrentan los productores de los países en desarrollo tienen lugar en el período posterior al registro. A fin de obtener resultados fructíferos del registro de su indicación geográfica o marca colectiva, es importante que los productores estén organizados, comprometidos y dispongan de medios para aprovechar sus derechos de propiedad intelectual. Además, es posible que en muchos países en desarrollo no existan mecanismos institucionales, como reglamentos, sistemas de trazabilidad normalizados y otros mecanismos destinados a garantizar la observancia y que apoyen los objetivos empresariales de los productores. Por lo tanto, las estrategias de apoyo a una indicación geográfica o una marca colectiva en tales situaciones deben tener en cuenta el entorno institucional y sus limitaciones.El objetivo de este proyecto es desarrollar estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas de países en desarrollo en el periodo posterior al registro. Aunque se centra en indicaciones geográficas y marcas colectivas específicas de países en desarrollo, el proyecto aspira a formular soluciones que puedan ser reproducidas para otras indicaciones geográficas y marcas colectivas e incorporadas a contextos nacionales o regionales. |
| Programa de ejecución  | [a completar por la OMPI] |
| Vínculos con otros programas conexos o proyectos de la Agenda para el Desarrollo | [a completar por la OMPI] |
| Vínculos con los resultados previstos en el presupuesto por programas  | [a completar por la OMPI] |
| Duración del proyecto  | 2 años  |
| Presupuesto del proyecto  | [a completar por la OMPI] |
| 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO |
| 2.1. Introducción a la cuestión |
| Las pequeñas empresas y los productores de los países en desarrollo recurren cada vez más a los derechos de propiedad intelectual así como a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas para proteger y promover las características únicas de determinados productos locales. El lugar de origen de un producto puede estar vinculado a atributos de calidad y a características exclusivas que pueden aprovecharse para mejorar el acceso de las comunidades locales al mercado, aumentar los ingresos de los productores y promover el desarrollo de las zonas rurales. La protección de la PI también puede alentar a los productores a definir y salvaguardar estándares comunes de calidad, así como métodos tradicionales de producción, y proteger y promover la cultura y la historia locales. El registro de indicaciones geográficas o de marcas colectivas es solo el primer paso en la obtención exitosa de una indicación geográfica o una marca colectiva. La mayor parte de los desafíos a los que se enfrentan los productores de los países en desarrollo tienen lugar en el período posterior al registro. A fin de obtener resultados fructíferos del registro de su indicación geográfica o marca colectiva, es importante que los productores estén organizados, comprometidos y dispongan de medios para aprovechar sus derechos de propiedad intelectual. Además, es posible que en muchos países en desarrollo no existan mecanismos institucionales, como reglamentos, sistemas de trazabilidad normalizados y otros mecanismos destinados a garantizar la observancia y que apoyen los objetivos empresariales de los productores. Por lo tanto, las estrategias de apoyo a una indicación geográfica o una marca colectiva en tales situaciones deben tener en cuenta el entorno institucional y sus limitaciones. El objetivo de este proyecto es desarrollar estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas de países en desarrollo en el periodo posterior al registro. Aunque se centra en indicaciones geográficas y marcas colectivas específicas de países en desarrollo, el proyecto aspira a formular soluciones que puedan ser reproducidas para otras indicaciones geográficas y marcas colectivas e incorporadas a contextos nacionales o regionales. |
| 2.2. Objetivos  |
| Objetivo general:Desarrollar estrategias de apoyo a las indicaciones geográficas y las marcas colectivas de países en desarrollo en el periodo posterior a su registro. Objetivos específicos:1. Empoderar a pequeñas empresas locales para que hagan el mejor uso posible de sus derechos de PI a través de actividades de formación, sensibilización y fortalecimiento de capacidades.
2. Ayudar a los productores a evaluar las oportunidades de negocio y desarrollar estrategias comerciales para sus productos especializados
3. Apoyar a los productores en el desarrollo de herramientas para garantizar la calidad y el origen de sus productos.
4. Fortalecer la gobernanza interna de las pequeñas empresas y las asociaciones con respecto a sus derechos de propiedad intelectual.
 |
| 2.3. Estrategia de ejecución  |
| **Estrategia de ejecución:**El proyecto se ejecutará en el Brasil y en otros **dos** países beneficiarios.La ejecución del proyecto se realizará en tres fases:**Fase 1**: Identificación en cada uno de los países beneficiarios de indicaciones geográficas o marcas colectivas registradas que podrían beneficiarse del proyecto y selección de una indicación geográfica o una marca colectiva.**Fase 2**: Análisis de los desafíos específicos a los que se enfrenta la indicación geográfica o la marca colectiva elegida y desarrollo de estrategias para hacer frente a esos desafíos.Los desafíos pueden incluir:* Ausencia de sistemas de control y de trazabilidad;
* Falta de conocimientos sobre el funcionamiento y los beneficios potenciales de los derechos de PI involucrados;
* Problemas relacionados con la gobernanza interna y la gestión colectiva de los derechos de PI;
* Necesidad de mejorar o ajustar el código de buenas prácticas;
* Cuestiones relativas a la observancia: los productores pueden sufrir competencia desleal y usurpación del nombre geográfico.

**Fase 3**: Ejecución del plan de desarrollo de la indicación geográfica o la marca colectiva basada en el análisis realizado en la Fase 2.Las acciones a realizar pueden incluir:* Elaborar y ejecutar un proyecto de desarrollo de una marca
* Apoyar el desarrollo de sistemas de trazabilidad y la transformación digital de las indicaciones geográficas y marcas colectivas
* Organizar talleres, actividades de formación o iniciativas de sensibilización en relación con la gestión colectiva de los derechos de PI
* Apoyar la mejora de los métodos productivos y los controles de calidad
* Ofrecer a los productores formación en materia de exportación
* Apoyar la organización de rondas de negocios
* Elaborar material de promoción y apoyar la participación de productores en eventos especializados
* Explorar los vínculos de las indicaciones geográficas y las marcas colectivas con el turismo local
* Sensibilizar a los productores y a la comunidad sobre la importancia de las indicaciones geográficas y las marcas colectivas para el desarrollo y la cultura locales
 |
| 2.4. Posibles riesgos y medidas paliativas  [a completar por la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo] |
| 3. SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN |
| 3.1. Calendario de supervisión del proyecto |
| Se presentará al CDIP un informe anual sobre la marcha de las actividades.Una vez concluido el proyecto, se realizará un informe final de evaluación interna que se presentará al CDIP.Una vez concluido el proyecto, un consultor externo elaborará un informe final independiente de evaluación que se presentará al CDIP. |
| 3.2. Evaluación interna del proyecto |
| Productos del proyecto[A completar cuando se hayan finalizado los productos del proyecto] | *Indicadores de ejecución satisfactoria (indicadores de productos)* |
|  |  |
| Objetivos del proyecto | *Indicadores de ejecución satisfactoria (indicadores de efectos)* |
| Empoderar a pequeñas empresas locales para que hagan el mejor uso posible de sus derechos de PI a través de actividades de formación, sensibilización y fortalecimiento de capacidades. |  |
| Ayudar a los productores a evaluar las oportunidades de negocio y desarrollar estrategias comerciales para sus productos especializados. |  |
| Apoyar a los productores en el desarrollo de herramientas para garantizar la calidad y el origen de sus productos. |  |
| Fortalecer la gobernanza interna de pequeñas empresas y asociaciones con respecto a sus derechos de propiedad intelectual |  |

[Final del Anexo y del documento]