

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

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

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

*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 el *registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico*. El informe abarca el período completo de ejecución del proyecto, es decir, de enero de 2021 a febrero de 2024.

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_01
<u>Título</u>	<a href="#"><i>Registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico</i></a>
<a href="#"><u>Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo</u></a>	Recomendaciones 1, 4 y 10.
<u>Presupuesto del proyecto</u>	Presupuesto total: 450 000 francos suizos, de los cuales 325 000 están asignados a recursos no relativos a personal y 125 000 a recursos de personal.
<u>Duración del proyecto</u>	38 meses
<u>Principales sectores/ámbitos de la OMPI que participan en la ejecución del proyecto</u>	Sector encargado de la ejecución: Sector de Desarrollo Regional y Nacional  Otros sectores interesados: Marcas y Diseños; PI y Ecosistemas de Innovación
<u>Breve descripción del proyecto</u>	<p>El objetivo del proyecto era que las Oficinas nacionales de PI del Estado Plurinacional de Bolivia, el Brasil, Filipinas y Túnez se convirtieran en entidades articuladoras entre el registro de marcas colectivas y el desarrollo local mediante la prestación de apoyo a las pequeñas y medianas empresas (pymes), a través de la promoción de prácticas que generaran una imagen positiva de su producto, la comercialización a escala nacional, el vínculo con prácticas tradicionales y el valor agregado derivado de priorizar productos orgánicos y ambientalmente sostenibles.</p> <p>El proyecto pretendía conformar una “incubadora de marcas colectivas”, con la participación de los órganos públicos y privados pertinentes, destinada a evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de los productos seleccionados, proporcionar servicios de asesoría técnica de protección de la marca y brindar asistencia en el registro de marcas colectivas.</p> <p>A tal efecto, se brindó asistencia técnica en tres etapas: i) búsqueda o creación de una asociación en cada país beneficiario que pudiera acogerse al registro de una marca colectiva; ii) desarrollo y registro de la marca colectiva; y iii) realización de actividades de sensibilización y fortalecimiento de capacidades con miras a contribuir a su sostenibilidad.</p>
<u>Director de proyecto</u>	Sr. Georges Ghandour, consejero principal, División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo, Sector de Desarrollo Regional y Nacional

<p><u>Vínculos con los resultados previstos en el programa de trabajo y presupuesto</u></p>	<p><u>Programa de trabajo y presupuesto para 2020/21:</u></p> <p><i>Resultado previsto III. 1:</i> Estrategias y planes nacionales de innovación y de PI que estén en sintonía con los objetivos nacionales de desarrollo.</p> <p><i>Resultado previsto III. 2:</i> Aumento de las capacidades en recursos humanos para hacer frente a la gran diversidad de exigencias que supone la utilización eficaz de la PI para fomentar el desarrollo en los países en desarrollo, PMA y países con economías en transición.</p> <p><i>Resultado previsto III.6:</i> Mayor capacidad de las pymes, las universidades y las instituciones de investigación para utilizar eficazmente la PI con el fin de apoyar la innovación.</p> <p><u>Programa de trabajo y presupuesto para 2022/23:</u></p> <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 implantación de las recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo.</p> <p>4.3: Aumento de los conocimientos y las 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 en cada país beneficiario, partiendo de la consecución de los productos del proyecto descritos en el documento de proyecto aprobado (<a href="#">CDIP/24/9</a>). También se puede consultar una reseña general del proyecto en el Catálogo de proyectos y productos de la AD, en la dirección: <a href="https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_4_10_01">https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_4_10_01</a></p> <p>Estado Plurinacional de <u>Bolivia</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Integrantes del equipo y plan de proyecto a escala nacional:</u> el plan de proyecto a escala nacional se redactó y aprobó en octubre de 2021. El Estado Plurinacional de Bolivia designó un coordinador local del proyecto dentro de la Oficina Nacional de PI (SENAPI), encargado de dirigir el equipo nacional del proyecto. También se contrató a dos consultores del proyecto para que prestaran apoyo.</li><li>• <u>Estudio exploratorio:</u> el consultor del proyecto redactó en español el estudio exploratorio sobre los posibles grupos de productores y los productos que se podrían acoger al uso de marcas colectivas, y lo finalizó en julio de 2022. El estudio también está disponible en inglés.</li><li>• <u>Sesión de información:</u> el 8 de julio de 2022 se celebró una sesión de información sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas por los empresarios y productores locales. Debido a la pandemia de COVID-19, el evento se celebró en formato virtual por Zoom para permitir la participación de la</li></ul>

	<p>OMPI y de los consultores del proyecto. La sesión contó con la participación del Programa EMPODERAR del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, como miembro del equipo nacional del proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Selección de productos y búsqueda/creación de asociaciones:</u> se seleccionó como beneficiaria a la Asociación Regional de Apicultores del Chaco Chuquisaqueño (ARACH), que agrupaba originalmente a 25 organizaciones de productores de miel de la región del Chaco Chuquisaqueño, y se desarrolló y registró una marca colectiva para ella. Como consecuencia directa de este proyecto, el número de miembros de la ARACH aumentó a 42 organizaciones de productores de miel de cinco municipios de la región del Chaco Chuquisaqueño.</li><li>• <u>Talleres con miembros de la ARACH:</u> del 25 al 27 de enero de 2023 tuvieron lugar en Monteagudo un taller y una visita de campo, en los que los miembros de la ARACH acordaron el diseño final del logotipo de la marca colectiva.</li><li>• <u>Reglamento de uso:</u> se contrató a un consultor jurídico local para que redactara el reglamento de uso de la marca colectiva en español, el cual fue adoptado posteriormente por los miembros de la ARACH. El consultor jurídico se ocupó asimismo de actualizar y adaptar los estatutos, la lista de miembros y el reglamento interno de la asociación.</li><li>• <u>Diseño del logotipo:</u> se encargó a un proveedor local el diseño del logotipo de la marca colectiva. El logotipo estuvo listo en enero de 2023. A continuación, se redactó un acuerdo de transferencia del derecho de autor, que firmaron la OMPI y la ARACH en noviembre de 2023, con el fin de transferir oficialmente a la asociación el derecho de autor sobre el logotipo.</li><li>• <u>Formación destinada a los miembros de la ARACH (y otras empresas locales):</u> el 13 de noviembre de 2023 se impartió en formato virtual por Zoom una formación en línea sobre el uso de la marca colectiva, destinada a los miembros de la ARACH. El 20 de febrero de 2024 se realizó en La Paz otra actividad de formación destinada a los miembros de la ARACH y a otros empresarios y productores locales. El objetivo de estas actividades de formación fue fortalecer las capacidades de los miembros de la ARACH en la gestión y uso de sus marcas colectivas, y en ellas se trataron, entre otros temas, el reglamento de uso, la gobernanza interna, los sistemas de control de calidad y los retos que puede plantear la gestión de la marca colectiva.</li><li>• <u>Formación dirigida al personal del SENAPI:</u> el 25 de julio de 2022 y el 15 de diciembre de 2023 se realizaron dos actividades de formación en formato virtual por Zoom. El 21 de febrero de 2024 se impartió una tercera formación en La Paz, en este caso de forma presencial. El objetivo de estas actividades de formación fue seguir fortaleciendo las capacidades y la base de conocimientos del personal del SENAPI, abordándose, entre otros temas, el reglamento de uso,</li></ul>
--	---

el marco jurídico de la Decisión 486 de la Comunidad Andina y los beneficios que las marcas colectivas aportan a las empresas locales.

- Registro de la marca colectiva: el certificado de registro fue otorgado por el SENAPI el 31 de julio de 2023.
- Acto de presentación: el acto de presentación de la marca colectiva se celebró en La Paz el 19 de febrero de 2024. Obtuvieron financiación para participar en dicho acto 18 miembros de la ARACH. La ceremonia contó con la presencia de representantes de alto nivel del Ministerio de Relaciones Exteriores, el SENAPI y el Programa EMPODERAR.
- Material de sensibilización: entre el material de sensibilización elaborado en el marco de este proyecto en el Estado Plurinacional de Bolivia se incluyen una guía práctica, un folleto promocional y un video de corta duración, en español. El video de corta duración también está subtítuloado en inglés. En el acto de presentación y en la actividad de formación que se celebraron en febrero de 2024 se distribuyeron 500 copias impresas de la guía práctica y del folleto promocional. El video se proyectó asimismo durante el acto de presentación. Todo el material de sensibilización está disponible en la página web de la OMPI dedicada al proyecto en [el Estado Plurinacional de Bolivia](#).

#### Brasil

- Integrantes del equipo y plan de proyecto a escala nacional: el plan de proyecto a escala nacional del Brasil se redactó y aprobó en enero de 2021. El Brasil designó un coordinador local del proyecto dentro de la División de PI del Ministerio de Relaciones Exteriores. El coordinador local asumió la iniciativa de conformar el equipo nacional del proyecto con representantes de la División de PI del Ministerio de Relaciones Exteriores, el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE). Asimismo, se contrató a dos consultores nacionales del proyecto, encargados de prestar apoyo.
- Estudio exploratorio: los consultores nacionales del proyecto redactaron en portugués el estudio exploratorio sobre los posibles grupos de productores y los productos que se podrían acoger al uso de marcas colectivas, y lo finalizaron en junio de 2021. El estudio también está disponible en inglés.
- Sesión de información: los días 5 y 6 de julio de 2021 se celebró en Flona de Tefé una sesión de información sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas. Debido a la pandemia de COVID-19, los dos consultores nacionales del proyecto se encargaron de suplir la participación de la OMPI. En el transcurso de la sesión, de dos días de duración, se realizó una visita de campo a los centros de producción de la asociación seleccionada.
- Selección de productos y búsqueda/creación de asociaciones:

se seleccionó como beneficiaria a la *Associação dos Produtores Agroextrativistas da Floresta Nacional de Tefé e Entorno* (APAFE), situada en Tefé y Alvãraes, en la región amazónica, y se desarrolló y registró una marca colectiva para ella. Sus miembros producen harina de yuca y productos derivados, miel, frutos secos y aceites, entre otros.

- Talleres con miembros de la APAFE: el 13 de septiembre y el 8 de noviembre de 2021 se organizaron dos talleres sobre marcas colectivas. El primero de ellos se centró en establecer la lista de productos incluidos en la marca colectiva, el reglamento de uso y el logotipo de esta. El objetivo del segundo fue ultimar y presentar la solicitud de marca colectiva. Debido a la pandemia de COVID-19, los dos consultores nacionales del proyecto se encargaron de suplir la participación de la OMPI en ambos talleres.
- Reglamento de uso: los consultores nacionales del proyecto redactaron en portugués el reglamento de uso de la marca colectiva, el cual fue adoptado posteriormente por los miembros de la APAFE. Además, se elaboró un plan de control de la marca colectiva.
- Diseño del logotipo: se encargó a un proveedor local el diseño del logotipo de la marca colectiva. El logotipo estuvo listo en noviembre de 2021. A continuación, se redactó un acuerdo de transferencia del derecho de autor, que firmaron la OMPI y la APAFE en marzo de 2022, con el fin de transferir oficialmente a la asociación el derecho de autor sobre el logotipo.
- Formación sobre marcas colectivas: el 4 de abril de 2022 se impartió en Tefé una formación sobre el uso de la marca colectiva, destinada a los miembros de la APAFE. Debido a la pandemia de COVID-19, los dos consultores nacionales del proyecto se encargaron de suplir la participación de la OMPI. El objetivo de la actividad de formación fue fortalecer las capacidades de los miembros de la APAFE en la gestión y el uso de sus marcas colectivas, y en ella se trataron, entre otros temas, el reglamento de uso y los sistemas de control de calidad.
- Registro de la marca colectiva: el certificado de registro fue otorgado el 17 de enero de 2023.
- Acto de presentación: el acto de presentación de la marca colectiva se celebró en Manaus el 30 de marzo de 2023. Asimismo, se organizó una visita de campo a Tefé, en la que se analizó con los productores de la APAFE el uso que tendrá su marca colectiva.
- Material de sensibilización: entre el material de sensibilización elaborado en el marco de este proyecto en el Brasil se incluyen una guía práctica, un folleto promocional y un video de corta duración, en portugués. El video de corta duración también está subtítuloado en inglés.

La guía práctica se puede consultar en la dirección siguiente:

[www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-](http://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-)

[conteudo/publicacoes/CartilhaMarcasColetivas\\_SebraeNacional\\_Ajustado\\_30623.pdf](#)

El folleto promocional se puede consultar en la dirección siguiente:

[www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/marcascoletivasA4mar2023.pdf](http://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/marcascoletivasA4mar2023.pdf)

Los videos promocionales se pueden ver en las direcciones siguientes:

[www.youtube.com/watch?v=JBpaJ7ppMJQ](https://www.youtube.com/watch?v=JBpaJ7ppMJQ);  
[www.youtube.com/watch?v=ARInRNbfeE8](https://www.youtube.com/watch?v=ARInRNbfeE8); y  
[www.youtube.com/watch?v=V1kOz1B1\\_UU](https://www.youtube.com/watch?v=V1kOz1B1_UU)

### Filipinas

- Integrantes del equipo y plan de proyecto a escala nacional: el plan de proyecto a escala nacional de Filipinas se redactó y aprobó en diciembre de 2020. Filipinas designó un coordinador local del proyecto dentro de la Oficina Nacional de PI (IPOPFL). También se contrató a un consultor nacional del proyecto, encargado de prestar apoyo.
- Estudio exploratorio: el consultor nacional del proyecto redactó en inglés el estudio exploratorio sobre los posibles grupos de productores y los productos que se podrían acoger al uso de marcas colectivas, y lo finalizó en mayo de 2021.
- Sesión de información: del 14 al 16 de abril de 2021 se celebró una sesión de información en formato híbrido sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas. Debido a la pandemia de COVID-19, la sesión de información se celebró durante tres días para atender a tres grupos de productores, comerciantes y elaboradores de productos del árbol pili, procedentes de provincias distintas.
- Selección de productos y búsqueda/creación de asociaciones: se seleccionó como beneficiaria a la asociación Orgullo Kan Bicol (OKB), y se desarrolló y registró una marca colectiva para ella. Sus miembros producen diferentes tipos de productos a partir de un árbol tropical denominado pili, por ejemplo, frutos secos, pasteles, artesanía con la cáscara y productos cosméticos con el aceite.
- Talleres con miembros de la OKB: debido a la pandemia de COVID-19, los talleres sobre los principales elementos de la marca colectiva se celebraron en formato virtual por Zoom, los días 11 y 12 de agosto, 7 y 16 de septiembre de 2021. Estos talleres se centraron en el reglamento de uso, la lista de productos incluidos y el diseño del logotipo.
- Reglamento de uso: el consultor nacional del proyecto redactó en inglés el reglamento de uso de la marca colectiva, el cual fue adoptado posteriormente por los miembros de la OKB.
- Diseño del logotipo: se encargó a un proveedor local el diseño del logotipo de la marca colectiva. El logotipo estuvo listo en

diciembre de 2021. A continuación, se redactó un acuerdo de transferencia del derecho de autor, que firmaron la OMPI y la OKB en marzo de 2022, con el fin de transferir oficialmente a la asociación el derecho de autor sobre el logotipo.

- Registro de la marca colectiva: el certificado de registro fue otorgado el 25 de abril de 2022.
- Acto de presentación: el acto de presentación de la marca colectiva se celebró en Legazpi, el 14 de junio de 2022. Asimismo, se organizó una visita de campo en la que se analizó con los productores de la OKB el uso que tendrá la marca colectiva.
- Formación sobre marcas colectivas: debido a la pandemia de COVID-19, los días 3, 4 y 11 de octubre de 2022 se impartió en formato virtual por Zoom una formación de tres días de duración destinada al personal de la IPOPHL, con el objetivo de seguir fortaleciendo sus capacidades y su base de conocimientos, y en la que se trataron las ventajas de las marcas colectivas, los identificadores de origen, las normas y los requisitos, la participación de las partes interesadas, y la gobernanza y gestión de las asociaciones.
- Talleres a la carta con miembros de la OKB: se organizaron cinco talleres previa solicitud, en marzo y abril de 2023, con el fin de fortalecer las capacidades de los miembros de la OKB en materia de gestión y uso de la marca colectiva. En estos talleres se trataron, entre otros temas, las oportunidades y los retos que plantean las marcas colectivas, el reglamento de uso, las normas y requisitos, y la gobernanza interna.
- Material de sensibilización: entre el material de sensibilización elaborado en el marco de este proyecto en Filipinas se incluyen una guía práctica y un video de corta duración en inglés. También se prepararon una octavilla y un folleto en los que se describe la asociación OKB y su nueva marca colectiva.

La guía práctica se puede consultar en el sitio web de la IPOPHL: [www.ipophil.gov.ph/trademark/](http://www.ipophil.gov.ph/trademark/)

El video de corta duración está disponible en la página web de la OMPI dedicada al proyecto en [Filipinas](#).

### Túnez

- Integrantes del equipo y plan de proyecto a escala nacional: el plan de proyecto a escala nacional de Túnez se redactó y aprobó en marzo de 2021. Túnez designó un coordinador local del proyecto dentro de la Oficina Nacional de PI (INNORPI). Asimismo, se contrató a dos consultores nacionales del proyecto, encargados de prestar apoyo.
- Estudio exploratorio: los consultores nacionales del proyecto redactaron en francés el estudio exploratorio sobre los posibles grupos de productores y los productos que se podrían acoger al uso de marcas colectivas, y lo finalizaron en mayo de 2021.

- Sesión de información: el 25 de junio de 2021 se celebró una sesión de información en formato híbrido sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas. La OMPI participó en la sesión de forma virtual por Zoom y los dos consultores nacionales del proyecto asistieron de forma presencial.
- Selección de productos y búsqueda/creación de asociaciones: se seleccionó a un grupo de productores de miel y productos derivados de ella, aceites esenciales y otros productos locales de la región de Ghardimaou, en Jendouba. En el marco de este proyecto, la OMPI ayudó a los productores a crear la *Association de Producteurs pour la Promotion des Produits de Ghardimaou* (APROG) con el fin de facilitar el desarrollo y el registro de su marca colectiva.
- Talleres con miembros de la APROG: el 6 de septiembre de 2021 se celebró una primera mesa redonda sobre los principales elementos de la marca colectiva, seguida de un taller en formato híbrido, que tuvo lugar el 18 de noviembre de 2021. El objetivo del taller fue orientar al grupo de productores seleccionado sobre el desarrollo de su marca colectiva y la creación de la asociación. La OMPI participó en este taller de forma virtual por Zoom, y un consultor nacional asistió de forma presencial. El 28 de marzo de 2022 tuvo lugar un segundo taller, también en formato híbrido, que se centró en el reglamento de uso de la marca colectiva. Al igual que en el primer taller, la OMPI participó de forma virtual por Zoom y los consultores nacionales asistieron de forma presencial. Los días 23 y 24 de enero de 2023 se celebró un tercer taller en Ghardimaou (Jendouba) destinado a fortalecer las capacidades de los miembros de la APROG en el uso eficaz de su marca colectiva tras el registro.
- Reglamento de uso: los consultores nacionales del proyecto redactaron en francés el reglamento de uso de la marca colectiva, el cual fue adoptado posteriormente por los miembros de la APROG. Además del reglamento de uso, se preparó un “pliego de condiciones” (*cahier de charges*) complementario.
- Diseño del logotipo: se encargó a un proveedor local el diseño del logotipo de la marca colectiva. El logotipo estuvo listo en mayo de 2022. A continuación, se redactó un acuerdo de transferencia del derecho de autor, que firmaron la OMPI y la APROG en noviembre de 2022, con el fin de transferir oficialmente a la asociación el derecho de autor sobre el logotipo.
- Formación sobre marcas colectivas: los días 1 y 2 de junio de 2022 se celebró en Túnez y en Jendouba una actividad de formación de dos días de duración. El primer día el objetivo fue fortalecer las capacidades y la base de conocimientos del personal del INNORPI en materia de desarrollo y registro de marcas colectivas. El segundo día de formación dio lugar a la finalización y adopción del reglamento de uso y del marco jurídico interno de la asociación APROG.
- Registro de la marca colectiva: el certificado de registro fue

	<p>otorgado el 27 de octubre de 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Acto de presentación</u>: el acto de presentación de la marca colectiva se celebró en Ghardimaou (Jendouba) el 27 de julio de 2023. Tras la presentación se organizó una visita de campo a una feria comercial, que brindó a los miembros de la APROG la oportunidad de mostrar y promocionar los productos asociados a la marca colectiva y entablar contacto con posibles consumidores, impulsando así el desarrollo económico de la región.</li><li>• <u>Material de sensibilización</u>: entre el material de sensibilización elaborado en el marco de este proyecto en Túnez se incluyen una guía práctica, un folleto promocional y un video de corta duración en árabe y en francés.</li></ul> <p>La guía práctica se puede consultar en la dirección siguiente: <a href="http://www.innorpi.tn/sites/default/files/inline-files/Guide%20de%20la%20marque%20collective%20fr.pdf">www.innorpi.tn/sites/default/files/inline-files/Guide%20de%20la%20marque%20collective%20fr.pdf</a></p> <p>El folleto promocional se puede consultar en la dirección siguiente: <a href="http://www.innorpi.tn/sites/default/files/inline-files/depliant%20fr.pdf">www.innorpi.tn/sites/default/files/inline-files/depliant%20fr.pdf</a></p> <p>El video de corta duración está disponible en la página web de la OMPI dedicada al proyecto en <a href="#">Túnez</a>.</p> <p>Actividades horizontales:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Existe una <a href="#">página web</a> de la OMPI específica sobre este proyecto en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas, y también en portugués. En la página principal se presenta un video de sensibilización general sobre las marcas colectivas en árabe, español, francés, inglés y portugués.</li><li>• Se produjeron videos de un minuto de duración con fines de sensibilización y promoción de la OMPI en los medios sociales, basados en los videos de corta duración realizados para cada país beneficiario.</li><li>• Habrá un acto paralelo a la 32ª sesión del CDIP, en el que los cuatro países beneficiarios presentarán a los Estados miembros las enseñanzas extraídas del proyecto.</li><li>• Asimismo, se organizará una exposición para mostrar los productos del proyecto en los distintos países beneficiarios.</li><li>• Se grabó un video con el testimonio de cada país beneficiario, que se proyectará durante la 32ª sesión del CDIP.</li></ul>
<p><u>Principales resultados e incidencia del proyecto</u></p>	<p>Principales resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ El proyecto orientó a los miembros de la asociación seleccionada en cada país beneficiario a lo largo de todo el procedimiento de desarrollo de una marca colectiva, desde el diseño del logotipo hasta el registro de la marca, y les instruyó en lo relativo a la gestión y el uso de esta.</li><li>✓ La elaboración de material de sensibilización en los idiomas locales ha resultado fundamental para fortalecer las</li></ul>

	<p>capacidades y los conocimientos de los miembros de las asociaciones seleccionadas, así como para llegar a otras partes interesadas en los niveles de base.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los miembros de las asociaciones de productores seleccionadas muestran un mayor grado de conocimiento y familiaridad con las marcas colectivas, como resultado de las actividades y consultas realizadas durante la ejecución del proyecto.</li> <li>✓ La gobernanza y la cooperación entre los miembros de las asociaciones seleccionadas parecen reforzadas como resultado de la labor efectuada en aras del desarrollo de la marca colectiva.</li> </ul>
<p><u>Experiencia adquirida y enseñanzas extraídas</u></p>	<p>Enseñanzas extraídas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La colaboración con un amplio abanico de instituciones nacionales y locales ha resultado fundamental para el éxito del proyecto. Concretamente, las instituciones que prestan apoyo a los productores y empresas locales han facilitado la comunicación con las asociaciones seleccionadas y desempeñarán un papel fundamental en la fase posterior a la ejecución.</li> <li>• En este tipo de proyectos, la selección de las asociaciones o grupos de productores piloto es una de las etapas más importantes. Cuanto más tiempo y esfuerzo se dediquen a analizar cuidadosamente las asociaciones piloto, más satisfactoria, fluida y sencilla resultará la ejecución del proyecto.</li> <li>• A las asociaciones o grupos de productores que se habían constituido antes del inicio del proyecto les ha resultado más fácil colaborar en el desarrollo y registro de su marca colectiva.</li> <li>• Los miembros de las asociaciones seleccionadas podrían necesitar más apoyo para gestionar, utilizar y controlar la marca colectiva una vez registrada.</li> <li>• La flexibilidad en la gestión de los proyectos ha sido esencial para responder a las dificultades derivadas de la pandemia de COVID-19 y adaptarse a las necesidades y circunstancias de los países beneficiarios.</li> <li>• A pesar de que la gran mayoría de las actividades del proyecto se han realizado en formato virtual o híbrido, las actividades presenciales siguen siendo muy importantes en algunos casos, por ejemplo, para interactuar con las asociaciones de productores, que a menudo se encuentran en zonas rurales y aisladas.</li> </ul>
<p><u>Riesgos y medidas de mitigación</u></p>	<p>A continuación se enumeran los riesgos que se han detectado y materializado durante la ejecución del proyecto. Asimismo, se señalan las medidas de mitigación que se han escogido y adoptado.</p> <p><u>Riesgo 1:</u> posibilidad de que se repita la crisis ocasionada por la COVID-19 y, en consecuencia, el confinamiento y otras medidas restrictivas que dificulten la ejecución del proyecto.</p> <p><u>Medida de mitigación 1:</u> seguimiento de la situación en los países</p>

	<p>beneficiarios y diálogo permanente con los coordinadores nacionales. De ser necesario, se solicitaría al CDIP una ampliación de la duración del proyecto. Cuando sea posible, adaptar la manera de realizar las actividades (priorizar las reuniones virtuales, minimizar la cantidad de viajes).</p> <p><u>Riesgo 2:</u> las asociaciones de productores podrían necesitar más ayuda para utilizar eficazmente la marca colectiva una vez finalizado el proyecto.</p> <p><u>Medida de mitigación 2:</u> previa petición, el equipo del proyecto proporcionará apoyo a las asociaciones seleccionadas en el uso y control de la marca colectiva, en la medida en que el calendario y el presupuesto del proyecto lo permitan.</p>
<p><u>Porcentaje de ejecución del proyecto</u></p>	<p>El porcentaje de utilización del presupuesto a finales de febrero de 2024, proporcional al presupuesto total asignado para recursos no relativos a personal era del 85 %. El presupuesto del proyecto para recursos de personal no se ha utilizado, puesto que la ejecución fue llevada a cabo por el personal de la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo.</p> <p>Para más información, véase el Anexo II del presente documento.</p>
<p><u>Informes previos</u></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El primer informe de situación figura en el Anexo II del documento <a href="#">CDIP/26/2</a>.</li><li>2. El segundo informe de situación figura en el Anexo II del documento <a href="#">CDIP/29/2</a>.</li><li>3. El tercer informe de situación figura en el Anexo I del documento CDIP/31/3.</li></ol>
<p><u>Seguimiento y difusión</u></p>	<p><b>Seguimiento:</b></p> <p>Se insta a cada país beneficiario a que aproveche la experiencia, los conocimientos y el material de sensibilización generados en este proyecto para ayudar a otras empresas locales a desarrollar y registrar su propia marca colectiva. Entre las medidas que se podrían adoptar se encuentran la organización de talleres de formación basados en la guía práctica y la realización de actividades de sensibilización utilizando el folleto promocional y el video de corta duración.</p> <p><b>Difusión:</b></p> <p>En la <a href="#">página web de la OMPI dedicada a este proyecto</a> se incluye toda la documentación del proyecto y el material de sensibilización elaborado como parte de él. La página web está disponible en los seis idiomas oficiales de las Naciones Unidas y en portugués, permanecerá accesible en el sitio web de la OMPI 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, en la dirección: <a href="https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_4_10_01">https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_4_10_01</a></p>

EVALUACIÓN INTERNA DEL PROYECTO

Clave de colores:

****	***	**	SA	ND
Plenamente logrado	Avance notable	Avance parcial	Ningún avance	Sin evaluar/actividad interrumpida

<u>Productos del proyecto</u> (resultado previsto)	<u>Indicadores de obtención de resultados</u> (indicadores de productos)	<u>Datos sobre el rendimiento</u>	<u>Clave de colores</u>
Selección de tres países beneficiarios (además del Estado Plurinacional de Bolivia).	Selección de tres países (con arreglo a criterios de selección acordados), y	Plenamente logrado: los países seleccionados (además del Estado Plurinacional de Bolivia) fueron Filipinas, el Brasil y Túnez.	****
	designación de coordinadores para la ejecución del proyecto en cada país.	Coordinadores locales designados en cada uno de los cuatro países beneficiarios.	
Aprobación de los planes de proyecto a escala nacional.	Elaboración y aprobación de cuatro planes de ejecución del proyecto (uno por país beneficiario).	Plenamente logrado: los planes de proyecto a escala nacional se redactaron y aprobaron en cada uno de los cuatro países beneficiarios.	****
Elaboración de cuatro estudios exploratorios sobre productos o servicios que podrían beneficiarse del uso de marcas colectivas (uno por país beneficiario).	Validación del estudio exploratorio final por los coordinadores locales de los países beneficiarios y por la Secretaría de la OMPI.	Plenamente logrado: cuatro estudios exploratorios completados.	****
Sesiones de información dirigidas a las autoridades y los empresarios locales sobre los posibles beneficios del uso de marcas colectivas	Un porcentaje importante de participantes en las sesiones afirmaron comprender mejor los posibles beneficios del uso de marcas colectivas.	Plenamente logrado: se celebraron cuatro sesiones de información, en las que una media superior al 90 % de los participantes de los cuatro países beneficiarios afirmaron que las sesiones habían sido útiles o muy útiles para conocer mejor las marcas colectivas.	****
Selección de un producto en cada país beneficiario para llevar a cabo el desarrollo y registro de una marca colectiva, y creación de una asociación o búsqueda de una ya existente.	Selección de un producto y creación o búsqueda de una asociación en cada país beneficiario.	Plenamente logrado: cuatro productos seleccionados y cuatro asociaciones creadas o localizadas.	****

Talleres con los miembros de las asociaciones.	Acuerdo generalizado entre los miembros de las asociaciones sobre los principales elementos del desarrollo y registro de la marca colectiva.	Plenamente logrado: los talleres celebrados en los cuatro países beneficiarios dieron lugar a un acuerdo entre los miembros de las asociaciones sobre los principales elementos del desarrollo y registro de la marca colectiva.	****
Redacción y adopción del reglamento de uso de la marca colectiva en cada país beneficiario.	Redacción y adopción del reglamento de uso en cada país beneficiario.	Plenamente logrado: cuatro reglamentos de uso redactados y adoptados.	****
Diseño del logotipo de la marca colectiva en cada país beneficiario	Diseño del logotipo de la marca colectiva en cada país beneficiario	Plenamente logrado: cuatro logotipos diseñados.	****
Registro de la marca colectiva en cada país beneficiario.	Una marca colectiva registrada en cada país beneficiario.	Plenamente logrado: cuatro marcas colectivas registradas.	****
Celebración de un acto para la presentación de la marca colectiva	Organización satisfactoria de un acto de presentación (uno por cada marca colectiva o país beneficiario)	Plenamente logrado: se celebraron actos de presentación en los cuatro países beneficiarios.	****
Elaboración de una guía práctica sobre el desarrollo y registro de marcas colectivas para reproducir el proceso en otras situaciones.	Elaboración de una guía práctica para cada país beneficiario.	Plenamente logrado: cuatro guías prácticas elaboradas y validadas por los coordinadores locales.	****
Organización de actividades de formación para Oficinas de PI sobre el desarrollo y registro de marcas colectivas (en cada país beneficiario).	Un porcentaje importante de participantes afirmaron que las actividades habían mejorado su nivel de conocimientos y competencias en relación con el desarrollo y registro de marcas colectivas.	Plenamente logrado: actividades de formación celebradas en los cuatro países beneficiarios, tras las que una media del 90 % de los participantes de los cuatro países beneficiarios afirmaron que las actividades habían sido útiles o muy útiles para adquirir más conocimientos y habilidades sobre el desarrollo, el registro y el uso de las marcas colectivas.	****
Producción de material de sensibilización (en cada país beneficiario).	Producción de un folleto de promoción y un video de corta duración (en cada país beneficiario).	Plenamente logrado: cuatro folletos promocionales y cuatro videos de sensibilización preparados.	****

[Sigue el Anexo II]

## Proyecto de la AD sobre registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico

---

### Utilización de los recursos al 15 de marzo de 2024

(francos suizos)

Categoría de gasto	Presupuesto del proyecto	Gastos <sup>1</sup>	Utilización del presupuesto
Recursos de personal	125 000	-	0 %
Recursos no relativos a personal	325 000	277 008	85 %
<b>Total</b>	<b>450 000</b>	<b>277 008</b>	<b>62 %</b>

<sup>1</sup> Excluidos los gastos de evaluación del proyecto y de la actividad paralela del CDIP. El presupuesto del proyecto para recursos de personal no se ha utilizado, puesto que la ejecución fue llevada a cabo por el personal de la División de Coordinación de la Agenda para el Desarrollo.

[Fin del Anexo II y del documento]