

**ASOCIACION DE ESTADOS DEL CARIBE – AEC**

**DOCUMENTO CONCEPTUAL DE PROYECTO DE LA AEC**

**PROYECTO: Oportunidades para que el Caribe Aproveche el Uso de Marcas Regionales mediante Indicaciones Geográficas.**

## ABREVIATURAS Y SIGLAS

**AEC:** Asociación de Estados del Caribe.

**GI:** Geographical Indications (Indicaciones Geográficas – IG).

**TRIPS:** Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio – ADPIC).

**WIPO:** World Intellectual Property Organisation (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI).

|  |  |
|--|--|
| <b>I. PERFIL GENERAL DEL PROYECTO.</b>   |  |
| <b>A. DESCRIPCION DEL PROYECTO.</b>      |  |
| <b>1.1 Nombre / número del Proyecto.</b> | <b>Oportunidades para que el Caribe Aproveche el Uso de Marcas Regionales mediante Indicaciones Geográficas.</b>   |
| <b>1.2 Area Focal de la AEC.</b>         | <b>Dirección de Desarrollo del Comercio y de las Relaciones Económicas Externas.</b>   |
| <b>1.3 Objetivos.</b>                    | <p><b>Objetivo General:</b> Llevar adelante las metas en materia de diversificación de la exportación y el comercio intra y extra regional para los Miembros de la AEC, sacando provecho de las marcas regionales a través del uso de indicaciones geográficas. El proyecto utiliza un concepto de dos aristas el cual toma en cuenta, primero, a los Estados Miembros individuales y sus productos únicos, para explotar las indicaciones geográficas; y en segundo lugar, a una escala regional donde se aprecien elementos comunes.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desarrollar productos de interés para la exportación para Estados Miembros individuales.</li> <li>▪ Identificar elementos comunes entre los productos de la región a ser considerados para la imposición de marcas regionales.</li> <li>▪ Explotar mejor las oportunidades de interés para la exportación, acudiendo al potencial de las indicaciones geográficas que no se haya aprovechado.</li> <li>▪ Incentivar el crecimiento de las industrias en ciernes que tengan potencial para la exportación.</li> <li>▪ Fortalecer la cooperación entre los sectores privado y público.</li> <li>▪ Reducir los costos de producción mediante el uso de fuentes locales.</li> <li>▪ Facilitar una mayor cooperación y colaboración entre los Estados Miembros para identificar las oportunidades donde se encuentren elementos comunes.</li> <li>▪ Promover, sobre bases recíprocas, el desarrollo y</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>venta de productos locales en todos los mercados de los países de la AEC.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Promover el desarrollo cultural mediante la integración comercial y económica.</li><li>▪ Apoyar las Empresas Pequeñas y Medianas (PYMES) en la búsqueda de nuevos mercados y socios comerciales.</li><li>▪ Potenciar la economía del Gran Caribe.</li></ul> <p>Incrementar la producción nacional como resultado de una mayor demanda de la AEC.</p> |
|--|---|

|  |  |
|--|--|
| <p><b>1.4 Justificación.</b></p>                     | <p>La inversión y el énfasis en los derechos de propiedad intelectual, especialmente en las Indicaciones Geográficas (IG) en el Caribe, reviste una tremenda importancia para el desarrollo económico y la innovación de la región en el futuro. El Caribe puede cosechar frutos a partir del uso de las IG, ya que ello permite un reconocimiento más sólido de la marca que las propias marcas registradas. Posibilita, al propio tiempo, que los titulares de los derechos sitúen un recargo por encima del margen de precio.</p>   |
| <p><b>1.5 Componentes/ Resultados Previstos.</b></p> | <p><b><u>Componentes</u></b></p> <p><u>Fase 1:</u> Realizar una evaluación regional a fin de identificar/seleccionar productos potenciales en cuanto a indicaciones geográficas y marcas regionales, que sean propuestos como “Productos Líder”. Los resultados de esta evaluación serán dados a conocer en una reunión especial de la AEC donde se aprobarán las propuestas. Durante esa reunión, la asistencia técnica podría indicar nuevas posibilidades comerciales derivadas del procedimiento de IG.</p> <p><u>Fase 2:</u> Instrumentar una consulta interna y/o regional con los productores y organizaciones del sector privado, a fin de pasar al próximo paso de cada IG seleccionada por los Estados Miembros. La AEC pudiera invitar a los Estados Miembros a las reuniones que sean necesarias, con el objeto de facilitar el procedimiento. La OMPI guiará a la AEC y a los distintos países a lo largo de todo el proceso.</p> <p>Fase 3: Formalización del registro de las IG a nivel regional/internacional. La OMPI y sus consultores especializados guiarán a la AEC y a los distintos países a lo largo de todo el proceso.</p> <p>Fase 4: Presentación de nuevas propuestas de IG para cada mercado potencial, con el propósito de recibir tratos preferenciales en cuanto a aranceles, promoción y facilitación de la distribución sobre bases recíprocas. Con la ayuda de la OMPI, la AEC puede promover el desarrollo de las indicaciones geográficas en la región, fomentando las prácticas innovadoras y las nuevas posibilidades económicas. Entre los ejemplos de actividades a emprender están:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organización de Ferias Regionales que muestren los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.</li> <li>▪ Firma de acuerdos preferenciales que beneficien los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.</li> <li>▪ Actualización y renovación de la información relativa</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>al Comité Especial en el sitio web de la AEC.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establecimiento de criterios para la selección del producto insignia y las características del Programa.</li> <li>▪ Creación del Comité Caribeño de Selección, que será quien aprobará los productos insignia por país.</li> <li>▪ Definición y adopción de los elementos de un régimen especial provisional para la implementación de un acuerdo de libre comercio entre los países participantes.</li> <li>▪ Preparación consensada de los beneficios a ofrecer en términos de facilitación y promoción de los productos insignia.</li> <li>▪ Desarrollo de las estructuras apropiadas para la promoción de los productos insignia.</li> </ul> <p><b><u>Resultados Previstos</u></b></p> <p><u>Fase 1:</u> Informe/Evaluación que se desarrollará para fundamentar la selección de los Productos Líder potenciales identificados. Se hará una presentación especial ante los Estados Miembros tras la culminación de la Evaluación, con vistas a la aprobación de los Estados Miembros.</p> <p><u>Fase 2:</u> Reuniones locales y regionales con representantes de productores de IG procedentes de los Estados Miembros. Se requeriría un documento de aprobación especial de los productores de los Estados Miembros, que apoye la intervención regional.</p> <p>Fase 3: Registro de las Indicaciones Geográficas.</p> <p>Fase 4: Presentaciones de los beneficios potenciales de las IG, las cuales pudieran incluir algunas de las siguientes intervenciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organización de Ferias Regionales que muestren los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.</li> <li>▪ Firmas de acuerdos preferenciales que favorezcan a los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.</li> <li>▪ Actualización y renovación de la información sobre el Comité Especial en el sitio web de la AEC.</li> <li>▪ Establecimiento de criterios para la selección del producto insignia y las características del Programa.</li> <li>▪ Creación del Comité Caribeño de Selección, para</li> </ul> |
|--|---|

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
|                                       | <p>aprobar los productos insignia por país.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definición y adopción de los elementos de un régimen especial provisional para la implementación de un acuerdo de libre comercio entre los países participantes.</li> <li>▪ Preparación consensada de los beneficios a ofrecer en términos de la facilitación y la promoción de los productos insignia.</li> <li>▪ Desarrollo de las estructuras apropiadas para la promoción de los productos insignia.</li> </ul> |
| 1.6 Duración y Costos Previstos.      | <p><b>Presupuesto por Determinar.</b><br/>En curso (La duración depende del avance de la investigación y de la retroalimentación emanada de los Estados Miembros).</p>   |
| 1.7 Estado actual del Proyecto.       | A ser presentado ante la XXVIII Reunión del Comité Especial de Desarrollo del Comercio y de las Relaciones Económicas Externas.  |
| <b>B. PARTES INTERESADAS.</b>         |  |
| 1.8 Entidad responsable.              | Asociación de Estados del Caribe (Dirección de Desarrollo del Comercio y de las Relaciones Económicas Externas).   |
| 1.9 Beneficiarios.                    | Estados Miembros y Miembros Asociados de la AEC.<br>Países del Gran Caribe.<br>Entidades Económicas del Gran Caribe.<br>Propietarios de Empresas y Empresarios.<br>Instituciones Regionales/Internacionales.<br>Organizaciones Promotoras del Comercio.<br>Ministerios de Comercio e Industria.<br>Ministerios de Agricultura.   |
| 1.10 Instituciones colaboradoras.     | UNCTAD; Banco Interamericano de Desarrollo; Ministerios de Comercio e Industria de la región; Cámaras de Comercio de la región; Estados Miembros y Miembros Asociados de la AEC (Propuestos).  |
| 1.11 Instituciones ejecutantes.       | Asociación de Estados del Caribe (AEC).  |
| 1.12 Instituciones de financiamiento. | Agencias de Financiamiento, País Financiador (Por identificar).  |

## II. LOGICA DE INTERVENCION DEL PROYECTO.

### A. CONTEXTO Y ANTECEDENTES.

#### 2.1 Indicaciones Geográficas.

La inversión y el énfasis en los derechos de propiedad intelectual (DPI), especialmente en las Indicaciones Geográficas (IG), en el Gran Caribe, reviste una tremenda importancia para el desarrollo económico y la innovación de la región en el futuro. El Gran Caribe acoge diversas culturas y una gran riqueza de conocimiento tradicional que se puede promocionar en todo el mundo tomando en cuenta la protección y habilidad apropiadas que se disponen en el Acuerdo ADPIC. Este ofrece nuevas estrategias en lo que a marcas se refiere para diferenciar los productos que se originen en la región de la AEC.

Según los Artículos 22 y 23 de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), se define indicaciones geográficas (IG) como las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico<sup>1</sup>. El origen geográfico típicamente hace referencia a productos agrícolas y toma en cuenta también el uso de métodos tradicionales de extracción y procesamiento, lo cual brinda la posibilidad de imponer una marca al producto y presenta oportunidades únicas de mercadeo. Posibilita a los titulares de los derechos situar un recargo por encima del margen de precio.

Varios países del Caribe han reconocido el valor económico y cultural de la protección de las IG y están explorando en este momento el potencial de este tipo de protección de los DPI para varios productos tradicionales<sup>2</sup>. El Caribe puede sacar provecho del uso de IG de varias formas, debido a que:

- Permite un mayor reconocimiento de la marca que las propias marcas registradas. Posibilita también a los titulares de los derechos situar un recargo por encima del margen de precio.
- Garantiza la calidad y la procedencia, con lo cual se contribuye a afianzar la protección al consumidor<sup>3</sup>.

La región ha disfrutado ya de cierto éxito sustancial a través de las indicaciones geográficas en su industria del ron. Como empleador de peso y una fuente importante

<sup>1</sup> Shridath Ramphal Centre. “Geographical Indications In The Caribbean,” Last modified May, 2011. [http://www.virtualtradeportal.org/cms/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=92&Itemid=57](http://www.virtualtradeportal.org/cms/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=92&Itemid=57) (Indicaciones Geográficas en el Caribe. Última modificación: mayo de 2011).

<sup>2</sup> Shridath Ramphal Centre. “Geographical Indications In The Caribbean,” Last modified May, 2011. [http://www.virtualtradeportal.org/cms/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=92&Itemid=57](http://www.virtualtradeportal.org/cms/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=92&Itemid=57) (Indicaciones Geográficas en el Caribe. Última modificación: mayo de 2011).

<sup>3</sup> World Trade Organisation. “Background and the current situation,” Accessed June 12<sup>th</sup> 2013. [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/gi\\_background\\_e.htm#protection](http://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_background_e.htm#protection) (Organización Mundial del Comercio. Antecedentes y situación actual. Consultado el 12 de junio de 2013).



de ingresos gubernamentales, el ron es un producto de vital trascendencia para el bienestar social y económico de la región del Caribe<sup>4</sup>. Como se dijo con anterioridad, el Caribe ha disfrutado de una amplia protección bajo el Artículo 23 en el caso de los países productores de ron, como son Barbados – Ron Mount Gay, Jamaica – Ron Appleton Estate, y Guatemala – Ron Zacapa, por solo nombrar algunos.

Tomando en cuenta los beneficios que se han mencionado, son estos aspectos importantes a considerar si el Gran Caribe se propone emprender con toda su fuerza la creación de indicaciones geográficas para determinados productos de particular interés para la exportación y la imposición de marcas regionales.

### **2.1.1 “Productos Líder”.**

Como se dijo con anterioridad, en lo que respecta a la explotación de indicaciones geográficas, esta iniciativa representa una nueva vía para que los Estados Miembros de la AEC trabajen en la diversificación de la exportación, aumenten los volúmenes del comercio y mejoren los términos comerciales para la región. La iniciativa inicial “Productos Líder” fue presentada por Haití durante la XXVII Reunión del Comité Especial de Desarrollo del Comercio y de las Relaciones Económicas Externas de la AEC, efectuada el 11 y 12 de julio de 2012. Este concepto original fue modificado para ampliar el alcance de los óptimos beneficios a cosechar en la región de la AEC. Este esfuerzo tiene el respaldo de los acuerdos comerciales regionales en la región de LAC, que disponen el desarrollo de indicaciones geográficas como una herramienta de marketing eficaz. En tal sentido, esta iniciativa debe ser un proyecto exitoso para la creación de nuevas estrategias de mercadeo, tanto para los Estados Miembros individuales, como para la región en su conjunto.

#### **2.1.1.1 Indicadores Geográficos Únicos.**

Una de las aristas de la iniciativa Productos Líder se centrará en los productos que son únicos en los Estados Miembros y que se pueden beneficiar a partir de la protección que brinda el uso de indicaciones geográficas. En un escenario ideal, ello debe propulsar a las industrias no explotadas/nacientes y arrojar beneficios a partir de la diversificación de la exportación. Estos productos seleccionados o “Líderes” recibirán un trato preferencial, de manera tal que puedan beneficiarse del vasto mercado de la AEC y promover el crecimiento de los Estados Miembros por individual.

#### **2.1.1.2 Marcas Regionales.**

Las marcas regionales representan una oportunidad rentable para la región de la AEC, por lo cual la segunda arista de la iniciativa Productos Líder se centrará en la identificación de elementos comunes entre los Estados Miembros de la AEC que mejor se adecúen a este componente. Dicho componente tendrá un énfasis intra-regional y extra-regional – los “líderes” se beneficiarán del trato preferencial dentro de la AEC,

---

<sup>4</sup> West Indies Rum & Spirits Producers Association Inc. “Aft Case Story – Caribbean Rum Sector Programme,” January 2011. <http://www.oecd.org/aidfortrade/47479535.pdf> (Historia de un Caso – Programa del Sector del Ron en el Caribe. Enero de 2011).

además de mejorar su capacidad como producto de exportación viable a escala extra-regional.

Una preocupación clave en el establecimiento de marcas regionales es el hecho de tomar en cuenta las condiciones para el establecimiento del origen geográfico, especialmente su naturaleza colectiva: “los que produzcan y promocionen IG tienen que involucrarse en una acción colectiva en lo que respecta a los métodos de producción, estándares de calidad y control, así como la distribución y marketing del producto”<sup>5</sup>. Cabe destacar que se requerirá de asistencia técnica para llevar adelante esta iniciativa y que esta ofrecerá una oportunidad real de avance para estas industrias que aún no se han desarrollado.

#### **2.1.4 Propuesta.**

La Dirección de Desarrollo del Comercio y de las Relaciones Económicas Externas considera que es vital en este momento proponer la ejecución de un proyecto encaminado a particularizar productos que saquen provecho del uso de indicaciones geográficas como valor agregado, utilizando dos enfoques distintivos: primeramente, tratar de desarrollar productos de interés para la exportación para Estados Miembros individuales, y, el otro enfoque, es identificar elementos comunes entre los productos de la región a ser considerados para la imposición de marcas regionales. Esta cantidad específica de productos elegidos por cada Estado Miembro de la AEC serán los productos “líderes”.

Para estos productos, cada país hará una excepción en cuanto a aranceles, promoción y facilitación de la distribución, sobre bases recíprocas. El propósito es desarrollar nuevos mecanismos para el comercio entre los Miembros de la AEC e incrementar la producción nacional como resultado de una mayor demanda emanada de la AEC, fortalecimiento de la cooperación entre los sectores privado y público, y reducción de los costos de producción mediante el uso de fuentes locales.

Se espera que al contar con la asistencia de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, la AEC pueda promover el desarrollo de indicaciones geográficas en la región, fomentando prácticas innovadoras y nuevas posibilidades económicas.

#### **Componentes:**

Fase 1: Realizar una evaluación regional a fin de identificar/seleccionar productos potenciales en cuanto a indicaciones geográficas y marcas regionales, que sean propuestos como “Productos Líder”. Los resultados de esta evaluación serán dados a conocer en una reunión especial de la AEC donde se aprobarán las propuestas. Durante esa reunión, la asistencia técnica podría indicar nuevas posibilidades comerciales derivadas del procedimiento de IG.

---

<sup>5</sup> World Intellectual Property Organisation. “Geographical Indications An Introduction,” Accessed 12<sup>th</sup> June, 2013. [http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo\\_pub\\_952.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/geographical/952/wipo_pub_952.pdf) (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Indicaciones Geográficas. Introducción. Consultado el 12 de junio de 2013).

Fase 2: Instrumentar una consulta interna y/o regional con los productores y organizaciones del sector privado, a fin de pasar al próximo paso de cada IG seleccionada por los Estados Miembros. La AEC pudiera invitar a los Estados Miembros a las reuniones que sean necesarias, con el objeto de facilitar el procedimiento. La OMPI guiará a la AEC y a los distintos países a lo largo de todo el proceso.

Fase 3: Formalización del registro de las IG a nivel regional/internacional. La OMPI y sus consultores especializados guiarán a la AEC y a los distintos países a lo largo de todo el proceso.

Fase 4: Presentación de nuevas propuestas de IG para cada mercado potencial, con el propósito de recibir tratos preferenciales en cuanto a aranceles, promoción y facilitación de la distribución sobre bases recíprocas. Con la ayuda de la OMPI, la AEC puede promover el desarrollo de las indicaciones geográficas en la región, fomentando las prácticas innovadoras y las nuevas posibilidades económicas. Entre los ejemplos de actividades a emprender están:

- Organización de Ferias Regionales que muestren los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.
- Firma de acuerdos preferenciales que beneficien los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.
- Actualización y renovación de la información relativa al Comité Especial en el sitio web de la AEC.
- Establecimiento de criterios para la selección del producto insignia y las características del Programa.
- Creación del Comité Caribeño de Selección, que será quien aprobará los productos insignia por país.
- Definición y adopción de los elementos de un régimen especial provisional para la implementación de un acuerdo de libre comercio entre los países participantes.
- Preparación consensada de los beneficios a ofrecer en términos de facilitación y promoción de los productos insignia.
- Desarrollo de las estructuras apropiadas para la promoción de los productos insignia.

## **2.2 OBJETIVOS.**

**2.2.1 Objetivo General:** Llevar adelante las metas en materia de diversificación de la exportación y el comercio intra y extra regional para los Miembros de la AEC, sacando provecho de las marcas regionales a través del uso de indicaciones geográficas. El proyecto utiliza un concepto de dos aristas el cual toma en cuenta, primero, a los Estados Miembros individuales y sus productos únicos, para explotar las indicaciones geográficas; y en segundo lugar, a una escala regional donde se aprecien elementos comunes.

### **2.2.2 Objetivos Específicos:**

- Desarrollar productos de interés para la exportación para Estados Miembros individuales.
- Identificar elementos comunes entre los productos de la región a ser considerados para la imposición de marcas regionales.

- Explotar mejor las oportunidades de interés para la exportación, acudiendo al potencial de las indicaciones geográficas que no se haya aprovechado.
- Incentivar el crecimiento de las industrias en ciernes que tengan potencial para la exportación.
- Fortalecer la cooperación entre los sectores privado y público.
- Reducir los costos de producción mediante el uso de fuentes locales.
- Facilitar una mayor cooperación y colaboración entre los Estados Miembros para identificar las oportunidades donde se encuentren elementos comunes.
- Promover, sobre bases recíprocas, el desarrollo y venta de productos locales en todos los mercados de los países de la AEC.
- Promover el desarrollo cultural mediante la integración comercial y económica.
- Apoyar las Empresas Pequeñas y Medianas (PYMES) en la búsqueda de nuevos mercados y socios comerciales.
- Incrementar la producción nacional como resultado de una mayor demanda de la AEC.

### **2.3 RESULTADOS PREVISTOS.**

Fase 1: Informe/Evaluación que se desarrollará para fundamentar la selección de los Productos Líder potenciales identificados. Se hará una presentación especial ante los Estados Miembros tras la culminación de la Evaluación, con vistas a la aprobación de los Estados Miembros.

Fase 2: Reuniones locales y regionales con representantes de productores de IG procedentes de los Estados Miembros. Se requeriría un documento de aprobación especial de los productores de los Estados Miembros, que apoye la intervención regional.

Fase 3: Registro de las Indicaciones Geográficas.

Fase 4: Presentaciones de los beneficios potenciales de las IG, las cuales pudieran incluir algunas de las siguientes intervenciones:

- Organización de Ferias Regionales que muestren los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.
- Firmas de acuerdos preferenciales que favorezcan a los Productos Líder de los Estados Miembros de la AEC.
- Actualización y renovación de la información sobre el Comité Especial en el sitio web de la AEC.
- Establecimiento de criterios para la selección del producto insignia y las características del Programa.

- Creación del Comité Caribeño de Selección, para aprobar los productos insignia por país.
- Definición y adopción de los elementos de un régimen especial provisional para la implementación de un acuerdo de libre comercio entre los países participantes.
- Preparación consensada de los beneficios a ofrecer en términos de la facilitación y la promoción de los productos insignia.
- Desarrollo de las estructuras apropiadas para la promoción de los productos insignia.