

**Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad
Intelectual relacionados con el Comercio**

ACTA DE LA REUNIÓN

CELEBRADA EN EL CENTRO WILLIAM RAPPARD EL DÍA 6 DE JUNIO DE 2019

Presidente: Excmo. Sr. Embajador Lundeg Purevsuren (Mongolia)

Addendum

En el presente documento figuran las declaraciones formuladas en la reunión del Consejo de los ADPIC celebrada el día 6 de junio de 2019.

Índice

1 ELECCIÓN DEL PRESIDENTE.....	5
2 NOTIFICACIONES PREVISTAS EN DISPOSICIONES DEL ACUERDO	5
3 EXÁMENES DE LA LEGISLACIÓN NACIONAL DE APLICACIÓN	12
4 EXAMEN DE LAS DISPOSICIONES DEL PÁRRAFO 3 B) DEL ARTÍCULO 27	12
5 RELACIÓN ENTRE EL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC Y EL CONVENIO SOBRE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA	12
6 PROTECCIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES Y EL FOLCLORE.....	12
7 RECLAMACIONES NO BASADAS EN UNA INFRACCIÓN Y RECLAMACIONES EN CASOS EN QUE EXISTE OTRA SITUACIÓN	19
8 EXAMEN DE LA APLICACIÓN DEL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC DE CONFORMIDAD CON EL PÁRRAFO 1 DEL ARTÍCULO 71	24
9 EXAMEN DE LA APLICACIÓN DE LAS DISPOSICIONES DE LA SECCIÓN RELATIVA A LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE CONFORMIDAD CON EL PÁRRAFO 2 DEL ARTÍCULO 24.....	25
10 COOPERACIÓN TÉCNICA Y CREACIÓN DE CAPACIDAD	25
11 PROPIEDAD INTELECTUAL E INNOVACIÓN: LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA EN MATERIA DE INNOVACIÓN - ENFOQUES INNOVADORES EN APOYO DE LA CREACIÓN DE MARCAS Y LA PROMOCIÓN Y DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	25
12 INFORMACIÓN SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS DE INTERÉS REGISTRADOS EN OTROS ÁMBITOS DE LA OMC.....	54
12.1 Solución de diferencias	54
12.2 Enmienda del Acuerdo sobre los ADPIC	54
12.3 Cuestiones relacionadas con los derechos de propiedad intelectual en el marco de los exámenes de las políticas comerciales.....	54

13 CONDICIÓN DE OBSERVADOR PARA LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES INTERGUBERNAMENTALES	55
14 OTROS ASUNTOS.....	56
14.1 Examen anual del sistema de licencias obligatorias especiales	56
14.2 Examen anual de conformidad con el párrafo 2 de la Decisión sobre la aplicación del párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC.....	56
14.3 Otras actividades previstas en favor de los PMA	56
14.4 Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico	58
14.5 Fecha de la próxima reunión	58

**ÍNDICE DE LAS DECLARACIONES FORMULADAS EN LA REUNIÓN DEL
CONSEJO DE LOS ADPIC CELEBRADA EL DÍA 6 DE JUNIO DE 2019***

Australia		China	
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	19	Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	16
Notificaciones	5, 12	Condición de observador	55
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	27	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	49
Bangladesh		Reclamaciones no basadas en una infracción.....	24
Actividades previstas en favor de los PMA.....	57	Colombia	
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	14	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	44
Condición de observador	55	Corea, República de	
Reclamaciones no basadas en una infracción.....	23	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	42
Benin, en nombre del Grupo de PMA		Cuba	
Actividades previstas en favor de los PMA.....	56	Modificación del Acuerdo sobre los ADPIC	54
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	12	Notificaciones	6
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	43	Estados Unidos de América	
Reclamaciones no basadas en una infracción.....	19	Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	19
Bolivia, Estado Plurinacional de		Condición de observador.....	56
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	13	Notificaciones	10
Condición de observador	55	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	29
Brasil		Reclamaciones no basadas en una infracción.....	22
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	15	Federación de Rusia	
Condición de observador	56	Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	19
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	52	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	47
Reclamaciones no basadas en una infracción.....	22	India	
Canadá		Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	17
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	18	Condición de observador	55
Notificaciones	10	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	51
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	38	Reclamaciones no basadas en una infracción	24
Reclamaciones no basadas en una infracción.....	24	Indonesia	
Chile		Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	16
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	40	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia	

de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	49	Notificaciones	10
Reclamaciones no basadas en una infracción	23	Singapur	
Japón		Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	37
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	15	Sudáfrica	
Notificaciones	6	Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	18
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	25	Condición de observador	55
México		Reclamaciones no basadas en una infracción	20
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	12	Suiza	
Fecha de la próxima reunión.....	58	Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	13
Notificaciones	11	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	35
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	48	Reclamaciones no basadas en una infracción	23
Nigeria		Taipei Chino	
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	14	Notificaciones	8
Reclamaciones no basadas en una infracción.....	21	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	33
Noruega		Ucrania	
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	46	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	43
Nueva Zelandia		Unión Europea	
Biotecnología, biodiversidad, conocimientos tradicionales	17	Fecha de la próxima reunión.....	59
Perú		Notificaciones	9
Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas.....	53	Propiedad intelectual e innovación: la colaboración público-privada en materia de innovación - La promoción y las industrias creativas	41
Secretaría de la OMC		Venezuela, República Bolivariana de	
Información sobre acontecimientos en la OMC	54	Condición de observador	55

* Las declaraciones figuran tal como se formularon en la reunión formal del Consejo. Algunas se han editado ligeramente, en la medida apropiada para que la presentación fuera coherente.

1 ELECCIÓN DEL PRESIDENTE

1. No hay declaraciones en el marco de este punto del orden del día.

2 NOTIFICACIONES PREVISTAS EN DISPOSICIONES DEL ACUERDO

2.1 Australia

2. Desde la última vez que Australia informó al Consejo en relación con este punto del orden del día, se han introducido nuevos cambios legislativos y reglamentarios, que se han notificado a la Secretaría de la OMC a través de la plataforma electrónica de los ADPIC.

3. Los cambios se exponen brevemente a continuación:

- a. Primero, la Ley de modificación de la Legislación sobre Propiedad Intelectual (Parte 1 de la respuesta a la Comisión de Productividad y otras medidas), de 2018 [IP/N/1/AUS/19]:
 - aclara los casos en que la importación paralela de mercancías con marca no infringe una marca de comercio registrada;
 - cambia el plazo que tiene que transcurrir antes de que puedan adoptarse determinadas decisiones por la no utilización de una marca de fábrica o de comercio;
 - pone fin a un vacío legal y mejora la manera de formular declaraciones de variedad esencialmente derivada para los derechos de los obtentores de variedades vegetales;
 - elimina el requisito de que los titulares de una patente proporcionen determinados datos relativos a las patentes farmacéuticas cuyo plazo se haya prorrogado; y
 - implementa varias medidas destinadas a simplificar y armonizar la administración del sistema de propiedad intelectual de Australia.
- b. Segundo, se han introducido nuevos reglamentos para la aplicación efectiva de estas modificaciones legislativas [IP/N/1/AUS/20].
- c. Tercero, se ha introducido el Reglamento de Australia relativo al vino, de 2018 [IP/N/1/AUS/21], en sustitución del anterior Reglamento del Organismo Australiano de la Uva y el Vino, que quedó automáticamente revocado con arreglo a un plazo predeterminado. El nuevo reglamento elimina disposiciones redundantes, simplifica la redacción y reestructura disposiciones para fines de facilidad de uso.
- d. Cuarto, el Reglamento de modificación de la Ley de Derecho de Autor (Protección internacional), de 2018 [IP/N/1/AUS/18], amplía la protección de los usos secundarios de fonogramas de Australia a las grabaciones de otros 32 países que ofrecen una protección equivalente a los fonogramas australianos.
- e. Quinto, la Ley de modificación de la Ley de Derecho de Autor (Infracciones en Línea), de 2018 [IP/N/1/AUS/17], modifica el mecanismo para las infracciones en línea del derecho de autor establecido en el artículo 115A de la Ley de Derecho de Autor de 1968, con la finalidad de que el Tribunal Federal de Australia pueda emitir mandamientos judiciales que exijan bloquear el acceso de los usuarios en Australia a sitios extranjeros en línea que facilitan la infracción en gran escala del derecho de autor.
- f. Sexto, la Ley de modificación de la Ley de Derecho de Autor (Proveedores de servicios), de 2018 [IP/N/1/AUS/15], hace extensivo el funcionamiento del régimen de puerto seguro contemplado en la Ley de Derecho de Autor de 1968 a una gama más amplia de proveedores de servicios en los sectores de la discapacidad, la enseñanza y la cultura, y limita los recursos jurídicos disponibles contra los proveedores de servicios de telecomunicaciones.

- g. Por último, se han introducido nuevos reglamentos para la aplicación efectiva de las modificaciones legislativas introducidas mediante esta Ley [IP/N/1/AUS/16].

2.2 Japón

4. Esta delegación se complace en informar al Consejo de que el Japón ha modificado recientemente diversas leyes. Se trata de la Ley de Derecho de Autor; la Ley de protección de las denominaciones de determinados artículos y productos alimenticios procedentes de la agricultura, la silvicultura y la pesca; la Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio; la Ley de Patentes; y la Ley relativa a las Solicitudes Internacionales. El Japón ha notificado las modificaciones a este Consejo de conformidad con el párrafo 2 del artículo 63 del Acuerdo sobre los ADPIC. Las signaturas de los documentos en cuestión son IP/N/1/JPN/36, 37, 38, 39 y 40. Aprovechando esta oportunidad quisiéramos explicar brevemente algunos de los aspectos principales de estas modificaciones.

5. Primero, la Ley de Derecho de Autor se ha modificado para atender diversas necesidades que han surgido con el desarrollo de la digitalización y las redes. Con arreglo a esta modificación las obras pueden utilizarse fácilmente en la industria de información, sin que sea necesaria la autorización de los titulares de los derechos, siempre que las obras se utilicen para fines de aprendizaje como medio de desarrollar la inteligencia artificial. La Ley de Derecho de Autor también se ha modificado para cumplir el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP). Mediante esta modificación, el plazo de protección de las obras se amplió a 70 años después del fallecimiento del autor. El Japón notificó la modificación en el documento IP/N/1/JPN/36.

6. Segundo, la Ley de Protección de determinados Artículos y Productos Alimenticios procedentes de la Agricultura, la Silvicultura y la Pesca fue modificada con el fin de añadir un período de utilización anterior de transición y ampliar el alcance de la reglamentación a los avisos publicitarios y las listas de precios. El Japón notifica la modificación en el documento IP/N/1/JPN/37.

7. La Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio también se ha modificado y esa modificación se notifica en el documento IP/N/1/JPN/38.

8. Por último, la Ley de Patentes y la Ley relativa a las Solicitudes Internacionales se han modificado para aplicar un nuevo sistema de reducción y exención de derechos. El Japón notifica estas modificaciones en los documentos IP/N/1/JPN/39 y 40.

9. El Gobierno del Japón seguirá cumpliendo su obligación de garantizar la accesibilidad y la transparencia del sistema de propiedad intelectual japonés.

2.3 Cuba

10. En noviembre de 2001 Cuba inicia el examen de las legislaciones de aplicación del Acuerdo sobre los ADPIC. En esta fecha se presenta el Decreto-Ley N° 203 "De Marcas y otros Signos Distintivos", de 24 de diciembre de 1999 y su Reglamento, aprobado por la Resolución N° 63/2000 de 22 de mayo de 2000, así como las normas jurídicas que incorporan de forma supletoria las medidas sobre observancia y las respuestas a la Lista Recapitulativa de Cuestiones sobre esta materia.

11. Posteriormente, en el año 2002, se presenta el Decreto-Ley N° 228 "De las Indicaciones Geográficas", de 20 de febrero de 2002 y las respuestas a la Lista Recapitulativa de Preguntas, de conformidad con el párrafo 2 del artículo 24 del Acuerdo.

12. En 2013 se presentan las leyes en materia de patentes, de dibujos y modelos industriales, de variedades vegetales y de esquemas de trazado de circuitos integrados que, respectivamente, constituyen el objeto de los Decretos-Leyes N°s 290, 291 y 292 de 20 de noviembre de 2011, que entraron en vigor en abril de 2012.

13. Por su parte, en 2014 el Consejo de Ministros aprobó la Política sobre el Sistema de Propiedad Industrial basada en los lineamientos del desarrollo económico y social del país.

14. La Política que fundamenta el Sistema de Propiedad Industrial en Cuba permite la adopción de medidas para proteger la salud pública y la nutrición de la población; salvaguardar el interés público

para el desarrollo científico-tecnológico y socioeconómico y permite contrarrestar el ejercicio abusivo de los derechos de propiedad industrial adquiridos y las prácticas que limiten de manera injustificada el comercio o redunden en detrimento de la transferencia de tecnología. Asimismo, asegura la protección, gestión y comercialización de los derechos de propiedad industrial y de la información no divulgada.

15. Con el objetivo de implementar la política aprobada y complementar el marco normativo vigente se aprobaron 2 decretos-leyes, 2 decretos y 5 resoluciones que presentamos a continuación.

Decreto-Ley N° 336 "de las disposiciones contractuales de propiedad industrial en los negocios jurídicos", de 30 de junio de 2016

16. El referido Decreto-Ley establece las disposiciones contractuales de propiedad industrial que se requieren incluir en los negocios jurídicos para la adquisición de tecnologías y la colaboración económica y científico-técnica e identifica las disposiciones contractuales restrictivas que impiden, limitan o distorsionen abusiva o injustificadamente el comercio.

17. La norma busca garantizar que la explotación productiva y comercial de los activos intangibles de propiedad industrial se realice mediante contratos que aseguren la no inclusión de cláusulas comerciales restrictivas y abusivas que afecten el desempeño industrial y comercial en el proceso de inversión nacional y extranjera, el equilibrio de las contraprestaciones, la libertad de desempeño empresarial y comercial del receptor de la tecnología y los derechos sobre bienes intangibles futuros; y, por otra parte, que los acuerdos de colaboración económica y científico-técnica cuenten con disposiciones de propiedad industrial que garanticen la preservación de los derechos de las partes sobre los conocimientos, innovaciones y tecnologías preexistentes, y sobre los resultados de la colaboración conjunta.

Decreto-Ley N° 337 "de la protección contra las prácticas desleales en materia de propiedad industrial", de 30 de junio de 2016

18. Las disposiciones de este Decreto-Ley se aplican a las prácticas desleales en materia de propiedad industrial realizadas a través de cualquier medio, por personas naturales o jurídicas, siempre que tengan lugar en el ejercicio de actividades industriales o comerciales.

19. El Decreto-Ley define los actos que serán considerados prácticas desleales en materia de Propiedad Industrial (todo acto contrario a las prácticas honestas en la industria y el comercio, particularmente de causar confusión, aseveraciones falsas, entre otras conductas) y dispone la protección de la información no divulgada que se encuentre legítimamente bajo el control de las personas naturales y jurídicas, así como de los datos de pruebas depositados en los órganos regulatorios que autorizan la comercialización de productos farmacéuticos y químicos para la agricultura que utilizan nuevas entidades químicas. También establece quiénes son las personas legitimadas para instar al tribunal competente y las acciones que pueden ser ejercitadas cuando los intereses económicos resulten directamente perjudicados o amenazados por una práctica desleal en materia de propiedad industrial.

Decreto N° 342 "Reglamento del Decreto-Ley N° 290 de las invenciones y dibujos y modelos industriales", de 28 de febrero de 2018

20. Este Decreto pone en vigor el Reglamento del Decreto-Ley N° 290 "de las invenciones y dibujos y modelos industriales", de fecha 21 de noviembre de 2011, mediante el cual se regula el procedimiento de concesión de las patentes y los certificados de registro de los modelos de utilidad, los dibujos y modelos industriales.

Decreto N° 343 "del sistema de propiedad industrial", de 28 de febrero de 2018

21. El referido Decreto tiene por objeto establecer los principios, objetivos, bases e indicaciones para el diseño e implantación del Sistema de Propiedad Industrial de la República de Cuba. El Decreto constituye una guía metodológica para la gestión de la propiedad industrial de los diferentes actores sociales.

Resolución N° 151 "normas para la aplicación en la república de Cuba del tratado de cooperación en materia de patentes (PCT)", del Ministro de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, de 29 de junio de 2018

22. Constituye una norma complementaria al Decreto-Ley N° 290 "de las invenciones y dibujos y modelos industriales", actualiza el procedimiento para la implementación en el territorio nacional del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT), en lo relativo a la actuación de la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial como Oficina receptora, designada o elegida con respecto a la presentación de solicitudes de patente a nivel multinacional.

Resolución N° 152 "procedimiento para la remuneración a inventores, autores y obtentores", del Ministro de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, de 29 de junio de 2018

23. Se trata de una norma complementaria al Decreto-Ley N° 290 "de las invenciones y dibujos y modelos industriales" y al Decreto-Ley N° 291 "de protección de las variedades vegetales".

24. Esta resolución establece el procedimiento para la participación de los autores, inventores y obtentores de los beneficios que obtenga la entidad, por la explotación de una creación obtenida en el marco de una relación jurídico-laboral o de prestación de servicios y que haya derivado en una patente o registro concedido, se encuentre vigente en el territorio de explotación y se deriven beneficios económicos.

Resolución Conjunta N° 1 "procedimiento para realizar el examen técnico de las variedades vegetales", del Ministro de la Agricultura y del Ministro de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, de 29 de junio de 2018

25. Norma complementaria al Decreto-Ley N° 291 "de protección de las variedades vegetales", de fecha 21 de noviembre de 2011, que establece el Procedimiento de Concesión del Derecho de Obtentor sobre una variedad vegetal.

Resolución N° 60 "Norma que aprueba las tarifas para el examen de las variedades vegetales", del Director del Instituto de Investigaciones Fundamentales en Agricultura Tropical "Alejandro de Humboldt", de 29 de junio de 2018**Resolución N° 375 "Norma para la creación del Centro de Examen para realizar el examen técnico de las variedades vegetales" del Ministro de la Agricultura, de 29 de junio de 2018**

26. Ambas resoluciones son complementarias al Decreto-Ley N° 291 "de protección de las variedades vegetales", de fecha 21 de noviembre de 2011, que establece el Procedimiento de Concesión del Derecho de Obtentor sobre una variedad vegetal.

27. Las normas jurídicas presentadas muestran la implementación de la propiedad industrial en el ordenamiento jurídico cubano, acorde con los estándares internacionales, lo que contribuye a la generación, desarrollo y protección de las producciones intelectuales, la innovación, los procesos de transferencia de tecnología, la inversión nacional y extranjera, la cooperación científica y tecnológica, y el comercio de bienes y servicios, en justo equilibrio con los intereses de desarrollo nacional y las políticas públicas.

28. Deseo agradecer el apoyo brindado por el equipo técnico de la plataforma electrónica de los ADPIC que contribuyó a la presentación de las normas jurídicas a través del uso del sistema e-TRIPS.

29. Por último, Cuba señala la disposición de responder, en breve plazo, las preguntas adicionales que tengan a bien formular sobre las legislaciones presentadas en la reunión.

2.4 Taipei Chino

30. Me complace informar de que el 6 de mayo de 2019 notificamos debidamente al Consejo de los ADPIC nuestra modificación de la "Ley relativa a los Abogados de Patentes" en el documento IP/N/1/TPKM/22.

31. Se han modificado los artículos 4, 37 y 40 de la Ley a fin de garantizar que las personas con discapacidad disfruten de igualdad de derechos para trabajar y dedicarse a la ocupación que hayan elegido libremente. Además, la Ley ya no contiene disposiciones que impidan a las personas ejercer de abogado de patentes o de agente de patentes si los médicos especialistas encargados de ello por las autoridades competentes pertinentes diagnosticaron que estaban afectadas por una enfermedad mental o anomalías físicas y mentales. La modificación entró en vigor el 23 de noviembre de 2018.

2.5 Unión Europea

32. La Unión Europea desea presentar de forma breve las notificaciones contenidas en los documentos IP/N/1/EU/22 e IP/N/1/EU/23 y en el documento IP/N/1/HUN/2 en nombre de Hungría.

33. Las dos leyes notificadas por la Unión Europea son leyes de aplicación. Suplementan y dan vigencia a normas sobre indicaciones geográficas del sector vitivinícola contenidas en las disposiciones básicas, adoptadas en el Reglamento de Ejecución (UE) 1308/2013, que se notificó al Consejo de los ADPIC en febrero de 2017.¹

34. Estas dos leyes abarcan cuestiones como los procedimientos de registro y aprobación de modificaciones de las especificaciones de productos, y aclara las funciones de los productores, las autoridades y los productores de países terceros, y las autoridades de la Unión Europea.

35. Dos objetivos importantes han guiado a la Comisión en esta tarea: "mejorar la subsidiariedad" y "reducir la duración de los procedimientos". Por ejemplo, los productores de países terceros (o sus autoridades nacionales) podrán aprobar modificaciones menores de indicaciones geográficas protegidas en la Unión Europea sin solicitar la aprobación de la Unión Europea. Esta es una medida equivalente a la simplificación similar introducida en la propia Unión Europea. Se ha introducido un plazo de seis meses para el examen de la Comisión.

36. Ambas leyes suponen una simplificación crucial que beneficiará tanto a los productores de indicaciones geográficas de la Unión Europea como a los de países terceros.

37. Por lo que se refiere al documento IP/N/1/HUN/2, se publicó la Ley LXVII de 2018 por la que se modifican determinadas leyes de propiedad industrial (en adelante, la Ley de Aplicación); las nuevas normas son aplicables en Hungría desde el 1º de enero de 2019. La Ley de Aplicación modifica principalmente la Ley XI de 1997 sobre la Protección de las Marcas de Fábrica o de Comercio y las Indicaciones Geográficas (en adelante, la Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio) a fin de transponer la Directiva (UE) 2015/2436, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas.

38. Una de las modificaciones introducidas es que en las solicitudes de marcas de fábrica o de comercio ya no será necesario representar las marcas de forma gráfica. Ahora se requiere que el signo pueda ser representado en el registro de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a sus titulares.

39. La modificación también ha tenido por objeto revisar el sistema de motivos de denegación absolutos y relativos; redefinir el alcance y las limitaciones de la protección de las marcas de fábrica o de comercio; aclarar las disposiciones relativas al uso de esas marcas y detallar las normas aplicables al procedimiento de renovación.

40. Además, con la Ley de Aplicación se han introducido cambios en el texto jurídico relativo a las marcas internacionales a la luz de los últimos cambios en la relación entre el Arreglo de Madrid y el Protocolo de Madrid. La Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio refleja esos cambios y la prevalencia del Protocolo de Madrid.

¹ Documento IP/N/1/EU/G/4-IP/N/1/EU/11.

2.6 Canadá

41. El Canadá desea señalar que ha presentado dos notificaciones relativas a las recientes modificaciones de la Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio del Canadá, así como al nuevo reglamento sobre los dibujos y modelos industriales y a su adhesión al Arreglo de La Haya relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales. Estas modificaciones se han presentado con las signaturas IP/N/1/CAN/20 e IP/N/1/CAN/21, respectivamente, y se distribuirán después de la reunión.

42. El Canadá se complacerá en presentar ambas notificaciones de forma más detallada en la próxima reunión del Consejo de los ADPIC de otoño de 2019 y agradece la decisión de la Secretaría de aceptar la presentación de ambas notificaciones por parte del Canadá antes de esta reunión.

2.7 Estados Unidos de América

43. Los Estados Unidos de América agradecen a la Unión Europea la notificación de las dos leyes sobre indicaciones geográficas.

44. Los Estados Unidos entienden que estas dos leyes específicas también se han notificado al Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) y que se están debatiendo activamente en ese foro.

45. Los Estados Unidos esperan con interés tratar sobre estas leyes de forma bilateral durante la presente semana.

2.8 Secretaría de la OMC

46. La Secretaría aprovecha esta oportunidad de presentar al Consejo de los ADPIC una nueva actualización periódica en relación con el proyecto de la plataforma electrónica de los ADPIC (e-TRIPS). Como recordarán los delegados, el objetivo del proyecto e-TRIPS es simplificar y actualizar los servicios de información que la Secretaría presta a los Miembros, respetando plenamente el marco establecido por el propio Acuerdo sobre los ADPIC y las decisiones de este Consejo. Comprende dos herramientas en línea independientes pero integradas -en primer lugar, el Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos, mediante el cual se pueden presentar las notificaciones previstas en el Acuerdo sobre los ADPIC y materiales de revisión; y en segundo lugar, el Portal e-TRIPS, que ofrece a los delegados una amplia gama de funciones para acceder a la información sobre los ADPIC y hacer uso de ella.

47. Ahora permítanme presentar una actualización rápida sobre la situación en que se encuentran estas dos herramientas en línea.

Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos

48. El Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos es una herramienta en línea para presentar:

- **notificaciones relativas a los ADPIC**, por ejemplo, leyes y reglamentos recientemente aprobados que guardan relación con los ADPIC;
- **documentos de examen relacionados con los ADPIC**, por ejemplo, respuestas a cuestionarios elaborados por el Consejo de los ADPIC; e
- **informes relacionados con los ADPIC**, por ejemplo, informes periódicos sobre asistencia técnica y medidas para la transferencia de tecnología presentados por algunos Miembros y organizaciones internacionales intergubernamentales.

49. Como se anunció en el último Consejo de los ADPIC, celebrado en febrero, y se mencionaba en nuestro mensaje de correo electrónico de 8 de marzo dirigido a los delegados en el Consejo de los ADPIC, el Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos ya está activo y listo para ser utilizado.

50. Como recordarán los delegados, la versión inicial que se presentó en marzo solo estaba disponible en inglés. En el tiempo transcurrido desde entonces se han finalizado las traducciones al francés y el español y ahora el Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos está plenamente disponible en los tres idiomas oficiales de la OMC.

51. Les ruego que tengan en cuenta que el Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos requiere credenciales de acceso y es para uso exclusivo de los Miembros. Hasta la fecha, más de 35 Miembros han solicitado ya sus credenciales para acceder al Sistema. Si alguna delegación desea utilizar el Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos y todavía no ha solicitado sus credenciales de acceso, le rogamos que se ponga en contacto con nosotros a través de e-TRIPS@wto.org.

52. Nuestra prioridad inmediata es ayudar a los delegados y los funcionarios destinados en las capitales a familiarizarse con esta herramienta y a utilizarla en la práctica. En este contexto, y tal como indicábamos en el mensaje que enviamos previamente esta semana a los delegados en el Consejo de los ADPIC, celebraremos una sesión informal de capacitación sobre el Sistema e-TRIPS para la Presentación de Documentos el día de la reunión en la Sala E de las 13:45 a las 14:45 horas. Durante la sesión les daremos acceso al entorno de ensayo, de modo que les alentamos a que traigan su ordenador portátil. Habrá interpretación simultánea al francés y al español.

Portal e-TRIPS

53. Permítanme pasar ahora a informar brevemente acerca del portal electrónico sobre los ADPIC ampliado, es decir, el portal de información en línea en el que podrán buscar y extraer toda la información relacionada con los ADPIC que gestiona la Secretaría. En las próximas semanas la Secretaría presentará una versión Beta del Portal e-TRIPS. La versión denominada Beta es una versión de prueba para que las delegaciones la ensayen. Esperamos que ustedes -y sus colegas- ensayen y exploren el Portal e-TRIPS y que luego nos comuniquen sus opiniones o sugerencias sobre cómo mejorarlo.

54. Se prevé que cuando se finalice el Portal e-TRIPS se integrará en el sitio web de la OMC y también se abrirá al público en general. Señalamos que los datos que pueden consultarse en el Portal e-TRIPS son los mismos que actualmente ya están disponibles públicamente en la base de datos de Documentos en línea de la OMC y en otras páginas web pertinentes de la OMC. El Portal e-TRIPS sencillamente servirá para facilitarles la investigación, la recuperación y el análisis rápidos de los datos relacionados con los ADPIC.

Próximos pasos

55. Por lo que se refiere a los próximos pasos, durante las semanas siguientes nos dirigiremos a ustedes para comunicarles las instrucciones sobre cómo acceder a la versión Beta del Portal e-TRIPS. Como siempre, les agradecemos en gran medida sus valiosas opiniones y esperamos que nos sigan orientando.

2.9 México

56. En esta ocasión México no presenta ninguna notificación de leyes y reglamentos conforme a las disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC; sin embargo, le gustaría compartir su experiencia con el uso del nuevo sistema electrónico de presentación de documentos que ha estado preparando la Secretaría de la OMC.

57. México ha presentado recientemente sus respuestas a dos cuestionarios conforme al párrafo 3 b) del artículo 27 del Acuerdo sobre los ADPIC a través de la plataforma e-TRIPS, misma que permite el envío y procesamiento de todo tipo de notificaciones, informes y respuestas a cuestionarios relacionados con la propiedad intelectual, conforme a las disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC. El sistema es amigable al usuario y, aunque todavía sigue siendo analizado, es capaz de reemplazar al sistema anterior, una vez que todos los Miembros estén listos para utilizarlo.

58. México quisiera también agradecer a la Secretaría de la OMC por todos los años de trabajo dedicados a esta plataforma y también por las aclaraciones proporcionadas a los Miembros al respecto a través de diversas reuniones.

59. A pesar de que la plataforma se encuentra en inglés, es posible presentar documentos en los otros idiomas oficiales. A México le gustaría que pronto esté disponible en francés y en español.

2.10 Australia

60. Australia agradece a la Secretaría la labor que ha realizado en la creación de estas herramientas en línea. Australia ha utilizado satisfactoriamente el sistema para presentar las últimas notificaciones.

3 EXÁMENES DE LA LEGISLACIÓN NACIONAL DE APLICACIÓN

61. No se formula ninguna declaración en relación con este punto del orden del día.

4 EXAMEN DE LAS DISPOSICIONES DEL PÁRRAFO 3 B) DEL ARTÍCULO 27

5 RELACIÓN ENTRE EL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC Y EL CONVENIO SOBRE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA

6 PROTECCIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES Y EL FOLCLORE

6.1 México

62. A pesar de que los puntos 4, 5 y 6 del orden del día se abordan de manera conjunta en las reuniones ordinarias, México quisiera tratar un tema relacionado con el primero de estos tres asuntos.

63. México ha respondido detalladamente dos cuestionarios relativos al Examen de las Disposiciones del Párrafo 3 b) del Artículo 27 del Acuerdo sobre los ADPIC, contenidos en los documentos IP/C/W/122 e IP/C/W/126, con la intención de proporcionar una perspectiva útil sobre su legislación en materia de patentes. Las respuestas de México fueron distribuidas por la Secretaría de la OMC a través del documento IP/C/W/125/Add.25.

64. En nuestro sistema de propiedad intelectual no otorgamos patentes a variedades vegetales, salvo a los microorganismos. No obstante, contamos con un sistema "sui generis" para la protección de variedades vegetales, de manera compatible con UPOV 78. Agradecemos su interés y atención.

6.2 Benin, en nombre del Grupo de PMA

65. Benin hace la presente declaración en nombre del Grupo de los Países Menos Adelantados.

66. En el Consejo de los ADPIC se están debatiendo, y se vienen debatiendo desde hace varios años, los tres puntos siguientes: Examen de las Disposiciones del Párrafo 3 b) del Artículo 27, la Relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB), y la Protección de los Conocimientos Tradicionales y el Folclore. El Grupo de PMA desea reiterar su posición al respecto.

67. El Grupo de PMA considera que el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB deberían aplicarse de modo que se reforzaran mutuamente. Para ello, el Grupo desea proponer que el Acuerdo sobre los ADPIC se modifique para incluir en él una prescripción obligatoria de divulgación del origen de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales en las solicitudes de patentes.

68. Este requisito de divulgación obligatoria sería vital para los PMA ricos en recursos genéticos y conocimientos tradicionales y que con frecuencia son víctimas de la piratería biológica. Por consiguiente, incluir ese requisito en el Acuerdo sobre los ADPIC ayudaría a luchar contra la piratería y facilitaría la participación en los beneficios generados por la explotación de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales, tal como se dispone en el CDB.

69. En el mismo orden de cosas, el Grupo de PMA también considera que los conocimientos tradicionales y el folclore deben gozar de una protección jurídica internacional adecuada, de modo que quienes los poseen se beneficien de los ingresos que resultan de su explotación.

70. El Grupo de PMA pide que se sigan examinando estas cuestiones en el Consejo y en foros fuera del ámbito de la OMC.

71. En conclusión, el Grupo de PMA apoya la petición del Ecuador de que se elabore una actualización de las notas fácticas referentes al examen de las disposiciones del párrafo 3 b) del artículo 27; la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB; y la protección de los conocimientos tradicionales y el folclore.

6.3 Suiza

72. Las cuestiones pendientes relativas a la aplicación tratadas en los puntos 4, 5 y 6 figuran en el orden del día del Consejo desde hace mucho tiempo. Están en las agendas de la OMC y de la OMPI. Un buen número de Miembros considera que se estas cuestiones son importantes.

73. Por lo que se refiere a la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB, Suiza ha puesto repetidamente de relieve la importancia de la transparencia inherente al sistema de patentes. Una prescripción de divulgación de la fuente de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales, cuando una invención esté basada directamente en esos recursos genéticos o conocimientos tradicionales, permitiría aumentar el grado de transparencia. La introducción de un requisito de este tipo supondría un paso importante para atender las preocupaciones de algunos Miembros.

74. Suiza reconoce que se trata de preocupaciones importantes, especialmente para países ricos en diversidad biológica. Suiza, en su calidad de miembro del CDB y el Acuerdo sobre los ADPIC, mantiene su apoyo a seguir estudiando formas de potenciar aún más el apoyo mutuo entre ambos acuerdos internacionales.

75. Estamos firmemente convencidos de que la solución basada en un requisito de divulgación facilitará el desarrollo y la promoción del sistema de patentes, en particular en lo que respecta a las invenciones en el campo de la biotecnología.

76. La cuestión de los ADPIC y el CDB es uno de los tres temas, junto a la extensión de indicaciones geográficas y el registro de indicaciones geográficas, que se presentaron en el documento con signatura TN/C/W/52. El documento contiene propuestas de modalidades para el requisito de divulgación en las solicitudes de patentes, así como para una mayor protección de las indicaciones geográficas, de modo que combina propuestas de trabajo sobre estas dos cuestiones pendientes relativas a la aplicación.

6.4 Bolivia, Estado Plurinacional de

77. La posición de Bolivia en estos puntos de agenda es por demás conocida, y se mantiene firme e invariable conforme a lo expuesto en el documento IP/C/W/545 de 26 de febrero de 2010.

78. La revisión de las disposiciones del párrafo 3 b) del artículo 27 es un tema pendiente de este Consejo y responde al mandato del Programa de Doha para el Desarrollo en virtud del párrafo 19 de la Declaración Ministerial de 2001, y el mismo debería haber sido objeto de examen cuatro años después de la entrada en vigor del Acuerdo de la OMC.

79. La patentabilidad de las formas de vida y partes de ellas es un motivo de profunda preocupación para muchas culturas y pueblos del mundo, que consideran que la vida y partes de ella son sagradas y que por tanto no deben ser objetos de patentes.

80. En consecuencia reiteramos la necesidad de prohibir la patentabilidad de todas las formas de vida, incluidos las plantas y los animales y las partes de los mismos, las secuencias de genes y los microorganismos, así como todos los procedimientos, incluidos los biológicos, microbiológicos y no biológicos, para la producción de formas de vida y partes de ellas.

81. La concesión de patentes para formas de vida promueve un desequilibrio en el actual sistema de derechos de propiedad intelectual. El Acuerdo sobre los ADPIC, al tiempo que concede derechos de monopolio a particulares, no reconoce explícitamente los derechos colectivos de los pueblos indígenas y las comunidades locales sobre sus recursos biológicos y conocimientos tradicionales, los derechos de los agricultores ni los derechos soberanos de los Miembros. Así como tampoco exige

que se respeten las disposiciones del CDB, incluidas las relacionadas con el consentimiento fundamentado previo y la participación en los beneficios.

82. En este sentido, Bolivia apoya cualquier iniciativa y esfuerzos para encontrar un equilibrio entre el CDB y los ADPIC.

83. Consideramos que la ausencia de un régimen internacional equilibrado para proteger los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales ha permitido la proliferación de prácticas como biopiratería, dejando sobre todo a los países en desarrollo sin los mecanismos adecuados para brindar una protección apropiada, por lo que es necesario que este tema se mantenga en la agenda del Consejo.

6.5 Nigeria

84. Permítanme poner de relieve la necesidad de que el Acuerdo sobre los ADPIC y el Convenio sobre la Diversidad Biológica se apoyen mutuamente. Uno de los principios del Acuerdo sobre los ADPIC es mejorar la cooperación entre este Acuerdo y otras organizaciones internacionales e instrumentos internacionales pertinentes.

85. La cuestión de la diversidad biológica ha evolucionado y ha pasado de ser una cuestión de medio ambiente a convertirse en un cuestión sustancialmente comercial. Más del 80% de la diversidad biológica mundial se encuentra en los países en desarrollo, pero estos países todavía no tienen demasiadas patentes. Para crear una base tecnológica firme y viable en los países en desarrollo, toda utilización de los recursos genéticos de países en desarrollo tiene que incluir la cuestión del uso sostenible con la finalidad de conservar la diversidad biológica, y también demostrar de forma empírica la participación justa y equitativa en los beneficios derivados de esos recursos, que son principios contenidos en el CDB.

86. Los Estados soberanos tienen derecho a sus propios recursos biológicos. Por consiguiente, debemos insistir en la trazabilidad y el consentimiento fundamentado previo de la fuente en relación con cualquier producto elaborado utilizando recursos genéticos o conocimientos tradicionales y folclore.

87. Mi delegación opina que el artículo 29 del Acuerdo sobre los ADPIC es insuficiente en su forma actual. Estamos por lo tanto a favor de la divulgación completa del origen y la fuente de todos los recursos genéticos y conocimientos tradicionales. Por consiguiente, alentamos a los Miembros a estudiar propuestas anteriores que contengan sugerencias útiles en relación con la modificación del Acuerdo sobre los ADPIC.

6.6 Bangladesh

88. La posición de Bangladesh en relación con los puntos 4, 5, y 6 del orden del día no ha cambiado. Reiteramos nuestra posición para que quede constancia.

89. En relación con el punto 4 del orden del día y sobre la cuestión del examen de las disposiciones del párrafo 3 b) del artículo 27 del Acuerdo sobre los ADPIC, Bangladesh no apoya la concesión de patentes de formas de vida, incluidas las plantas y animales. Solicitamos la revisión de este artículo con el fin de proteger a los países en desarrollo y PMA de los efectos negativos de esta disposición en lo que concierne a los sectores clave que afectan a sus medios de subsistencia, como la agricultura, la salud, los alimentos y el cambio climático. Esto contribuiría a garantizar, entre otras cosas, la seguridad alimentaria y a preservar la integridad de las comunidades rurales o locales. La concesión, a nivel multilateral, de patentes de formas de vida debería prohibirse.

90. Sobre la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB, consideramos que todos los Miembros tienen el derecho y el deber de proteger sus conocimientos tradicionales y recursos genéticos. Por consiguiente, es necesario modificar el Acuerdo sobre los ADPIC para exigir que en las solicitudes de patentes relativas a materiales biológicos se informe sobre la fuente y el país de origen de los recursos biológicos y los conocimientos tradicionales utilizados en la invención.

91. Además, los solicitantes deben presentar pruebas del consentimiento fundamentado previo y de acuerdos para la distribución de beneficios con las autoridades y/o personas conforme al régimen

nacional pertinente. Esta prescripción de divulgación, que es compatible con el principio de transparencia establecido en el sistema multilateral de comercio, contribuirá a reducir el número de patentes erróneas y la biopiratería.

92. Bangladesh cree que debería darse reconocimiento jurídico a los conocimientos tradicionales, dado que su protección podría contribuir también en gran medida a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible.

6.7 Japón

93. Ya hemos debatido ampliamente este punto del orden del día en una serie de reuniones del Consejo de los ADPIC. En consecuencia, la delegación del Japón considera que su posición es bien conocida por los Miembros, por lo que queremos realizar una intervención breve, destacando ciertos puntos importantes.

94. La delegación del Japón desea reiterar su posición de que el Convenio sobre la Diversidad Biológica, por naturaleza, no es relevante para el sistema de propiedad intelectual. Por consiguiente, es necesario buscar formas adecuadas de hacer frente al problema de la apropiación indebida de los recursos genéticos. Esto significa que debemos tener presente que las medidas que puedan adoptarse no deben tener efectos negativos en el sistema de propiedad intelectual vigente ni dificultar la creación de innovaciones mediante el uso de recursos genéticos y de los conocimientos tradicionales conexos.

95. Esta delegación está firmemente convencida de que incluir el requisito relativo a la divulgación en el sistema de propiedad intelectual desalentaría a las empresas de llevar a cabo actividades de investigación y desarrollo sobre materiales biológicos. Esta es la consecuencia concreta del requisito relativo a la divulgación que ha sido motivo de preocupación para el Japón. Nuestra afirmación no solo es cierta en el caso de los países desarrollados, sino también de los países emergentes y en desarrollo. El Japón considera, por tanto, que el requisito de divulgación no es un medio adecuado para abordar la apropiación indebida de los recursos genéticos.

96. De acuerdo con la opinión expuesta, creemos firmemente que la protección de los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y el folclore debería plantearse de modo que fomente la creatividad y la innovación.

97. Además, esta delegación considera que el Comité Intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG) de la OMPI es el foro más adecuado para celebrar debates técnicos sobre aspectos relativos a los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y el folclore desde la perspectiva de la propiedad intelectual, y las sesiones del CIG de la OMPI están previstas para el presente mes. Esta delegación ha contribuido de manera activa a los debates celebrados durante las reuniones del CIG, en las que formuló diversas propuestas, y sigue dispuesta a contribuir de manera constructiva y eficaz al debate fundamentado sobre esas cuestiones.

6.8 Brasil

98. Tal como hemos puesto de relieve en nuestras declaraciones anteriores, el Brasil está a favor de la inclusión en el Acuerdo sobre los ADPIC de un requisito obligatorio de divulgar el origen de los recursos genéticos en las solicitudes de patente.

99. Consideramos que una disposición multilateral de cumplimiento obligatorio sobre la divulgación sería el modo más eficiente de abordar la apropiación indebida de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales protegidos por el CDB.

100. En nuestra opinión el alcance de la obligación de divulgación debería permitir exigir a los solicitantes de patente que divulgaran el país de origen del recurso biológico y presentaran pruebas del cumplimiento del consentimiento informado previo y la participación en los beneficios.

101. En este Consejo algunos Miembros han dicho que ya se están llevando a cabo negociaciones sobre los recursos genéticos en la OMPI. Instamos a esas mismas delegaciones a participar en las negociaciones a fin de poder progresar en la elaboración de un texto sobre esta cuestión y hacer

posible que el sistema multilateral de propiedad intelectual ofrezca una respuesta concreta en relación con los derechos de los países ricos en diversidad biológica.

6.9 Indonesia

102. Indonesia reitera su posición sobre la importancia de la negociación sobre la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el Convenio sobre la Diversidad Biológica, así como la protección de los conocimientos tradicionales y el folclore, en el marco de estos puntos del orden del día.

103. Nuestra delegación opina que en el párrafo 3 b) del artículo 27 del Acuerdo sobre los ADPIC no se establece ninguna disposición legal que obligue a sus Miembros a que adopten todas las medidas necesarias para una distribución justa y equitativa de los beneficios, como exigen el CDB y el Protocolo de Nagoya. Esta carencia ofrece margen para la utilización y apropiación indebidas de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales. La ausencia de tales disposiciones jurídicas en el Acuerdo sobre los ADPIC frustrará los objetivos propuestos del CDB y el Protocolo de Nagoya.

104. No deberíamos retrasar los debates sustantivos sobre estas cuestiones en este Consejo porque se estén negociando en otros foros, como la OMPI. Los debates celebrados en este Consejo deberían reforzar lo acordado previamente a nivel multilateral, como el CDB, y complementar los debates en otros foros. Creemos que los debates paralelos potenciarán los esfuerzos y la comprensión para lograr un sistema comercial justo y equilibrado con respecto a la propiedad intelectual. En consonancia con lo anterior, Indonesia cree que es el momento propicio para que el Consejo preste una atención adecuada y simultánea a la cuestión, con el objetivo común de garantizar que los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y el folclore se protejan de forma adecuada.

6.10 China

105. China mantiene su posición sobre la cuestión del Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB.

106. La relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB es una cuestión muy importante en este Consejo. Los Miembros han celebrado muchos debates útiles sobre esta cuestión durante años.

107. China concede gran importancia al Acuerdo sobre los ADPIC y al CDB y espera que los Miembros puedan participar más constructivamente en este debate.

108. En cuanto a las cuestiones sustantivas, China observa que la mayoría de los Miembros apoya la enmienda del Acuerdo sobre los ADPIC a fin de garantizar el apoyo mutuo entre el Acuerdo sobre los ADPIC, el CDB y el Protocolo de Nagoya.

109. Por lo que respecta a la divulgación, China ha presentado en dos documentos, TN/C/W/52 y TN/C/W/59, copatrocinados por China y otros Miembros, sugerencias detalladas sobre las modalidades de negociación; la mejora de la transparencia en la utilización de los recursos genéticos; la prevención de la apropiación indebida de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales; y la forma de evitar la concesión errónea de patentes.

110. Creemos que establecer un sistema razonable para asegurar el consentimiento fundamentado previo y el reparto de los beneficios permitiría una mayor protección de los recursos genéticos.

111. Con respecto al procedimiento, China es partidaria de invitar a la secretaría del CDB a informar sobre el Protocolo de Nagoya y espera que la Secretaría pueda revisar las tres notas fácticas (IP/C/W/368/Rev.1, IP/C/W/369/Rev.1 e IP/C/W/370/Rev.1), lo que puede contribuir en gran medida a nuestros debates.

112. Hemos observado que en el Comité Intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG) de la OMPI se ha debatido ampliamente la cuestión de la protección de los recursos genéticos y se han realizado progresos al respecto. No obstante, seguimos considerando que el debate y la negociación en el CIG de la OMPI no pueden impedir que los Miembros encuentren una solución en la OMC.

6.11 India

113. La India no ha cambiado su posición sobre las cuestiones relativas al examen de las disposiciones del apartado b) del párrafo 3 del artículo 27, la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB y la protección de los conocimientos tradicionales y el folclore. No obstante, la India desea aprovechar esta oportunidad para destacar algunos aspectos importantes de su última comunicación. La India es un país con abundantes conocimientos tradicionales asociados con los recursos biológicos, algunos codificados en los textos de los sistemas médicos indios, como el ayurveda, el unani y el siddha, y otros no codificados, en forma de tradiciones orales no documentadas. La India es también uno de los 20 países del mundo reconocidos por su gran diversidad biológica.

114. Los países han adoptado diversos métodos para proteger los conocimientos tradicionales y los recursos genéticos conexos a nivel nacional. No obstante, en ausencia de un régimen internacional aplicable, esos regímenes internos/nacionales no permiten por sí solos solucionar el problema de la apropiación indebida de los conocimientos existentes en las oficinas de patentes extranjeras, ni tampoco la biopiratería.

115. Por ello, hace mucho tiempo que pedimos que se establezca un régimen internacional aplicable que permita que las oficinas de patentes sirvan de punto de control para luchar contra esos casos de apropiación indebida. No deben otorgarse patentes de conocimientos tradicionales existentes ni de los recursos genéticos conexos, y cuando los conocimientos tradicionales y los recursos genéticos conexos constituyen la base del desarrollo científico, las solicitudes de patentes deben divulgar la fuente o el origen del recurso e indicar si el acceso se realizó en condiciones de mutuo acuerdo. Por lo tanto, la vinculación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB es importante para los países en desarrollo, ya que trata de abordar la biopiratería.

116. La India opina además que, para la gran mayoría de los miembros del Consejo de los ADPIC, sería muy útil una exposición informativa de la secretaría del CDB sobre las últimas novedades en la aplicación del Protocolo de Nagoya. La India también está a favor de que la Secretaría actualice las tres notas fácticas sobre estas cuestiones.

6.12 Nueva Zelanda

117. Como hemos manifestado anteriormente, Nueva Zelanda está de acuerdo con las opiniones expresadas por muchos Miembros sobre la importancia de impedir la apropiación indebida de recursos genéticos y conocimientos tradicionales conexos.

118. A nivel más general, tenemos un interés sistémico en evitar la concesión de patentes erróneas. Las medidas que contribuyan a un examen de alta calidad de las patentes son importantes para asegurar el buen funcionamiento y la integridad del sistema de patentes.

119. Nueva Zelanda considera que existe un alto grado de entendimiento común entre los Miembros acerca de esos objetivos de alto nivel. No obstante, sigue habiendo mucho desacuerdo en cuanto a las respuestas de política más indicadas para alcanzarlos.

120. Si bien la política interna de Nueva Zelanda sigue evolucionando en esa esfera, nos hemos comprometido a participar de forma constructiva en los foros internacionales competentes para abordar esas importantes cuestiones.

121. Como ya han mencionado otras delegaciones, se ha encomendado al Comité Intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG) de la OMPI que examine de forma pormenorizada la relación de la propiedad intelectual con los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales, y redacte uno o varios instrumentos internacionales sobre la protección de esos tres elementos.

122. Como ya hemos declarado anteriormente, Nueva Zelanda considera que el CIG de la OMPI es un foro apropiado para debatir con todo detalle las cuestiones relacionadas con la protección de los conocimientos tradicionales y los recursos genéticos, ya que en ese Comité se pueden examinar

estas cuestiones de forma integrada y coordinada. A este respecto, Nueva Zelandia confía en participar en ese foro de manera constructiva para contribuir al cumplimiento de su mandato.

6.13 Sudáfrica

123. Sudáfrica recuerda la declaración que formuló en la reunión anterior del Consejo de los ADPIC y dice que sigue comprometida a cumplir sus obligaciones en el marco del Convenio sobre la Diversidad Biológica y el Protocolo de Nagoya sobre Acceso a los Recursos Genéticos y Participación Justa y Equitativa en los Beneficios que se Deriven de su Utilización. La Ley Nacional de Ordenación Ambiental relativa a la Biodiversidad [No 10, 2004], contiene disposiciones relacionadas con el acceso y la participación en los beneficios. Además, la divulgación de la utilización de conocimientos tradicionales o recursos biológicos en las solicitudes de patente es un requisito obligatorio con arreglo a la Sección 30 (3A) de la Ley de Patentes Nº 37 de 1952, en su forma enmendada en 2005.

124. Sudáfrica ha celebrado hace poco un taller sobre Sistemas de Conocimientos Indígenas y Propiedad Intelectual. El taller estuvo coorganizado satisfactoriamente por el Departamento de Ciencia y Tecnología y el Departamento de Relaciones Internacionales y Cooperación. Este taller ofreció a los Estados africanos participantes la oportunidad de presentar sus marcos legislativos sobre los conocimientos indígenas, y a Sudáfrica la de describir sus Sistemas de Conocimientos Indígenas a nivel provincial, su sistema nacional de registro y su sistema nacional de gestión de los conocimientos indígenas. Sin embargo, a pesar de que Sudáfrica ha establecido la legislación y los sistemas necesarios para proteger los conocimientos indígenas y los recursos genéticos, el uso ilícito de los recursos biológicos y los conocimientos tradicionales se perpetúa a través de la apropiación indebida y la biopiratería. Sudáfrica presenta su posición de que es mejor abordar y regular estas cuestiones en el ámbito del Acuerdo sobre los ADPIC.

125. Respecto de las cuestiones de procedimiento, Sudáfrica invita de nuevo a la Secretaría a actualizar las tres notas fácticas que figuran en los documentos IP/C/W/368/Rev.1, IP/C/W/369/Rev.1 e IP/C/W/370/Rev.1. Además, reiteramos nuestro apoyo a una sesión informativa de la secretaría del CDB sobre el Protocolo de Nagoya y los avances posteriores a su adopción.

6.14 Canadá

126. Con respecto a la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB), el Canadá sigue creyendo que el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB son complementarios y que, por lo tanto, no hay necesidad de modificar el Acuerdo sobre los ADPIC.

127. Por lo que se refiere a la protección de los conocimientos tradicionales y el folclore, el Canadá agradece la labor que viene realizando el Comité Intergubernamental sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG) de la OMPI, y espera con interés la cuadragésima sesión del CIG, que se celebrará en Ginebra en poco más de una semana, del 17 al 21 de junio de 2019. Como ya hemos señalado anteriormente, el Canadá sigue considerando que el CIG es el foro más adecuado para tratar el conjunto complejo de cuestiones relacionadas con este tema. En particular, el CIG ha sido útil, y sigue siéndolo, en su calidad de entidad importante capaz de agrupar las opiniones y los conocimientos técnicos necesarios para encontrar enfoques de base empírica, equilibrados y beneficiosos mutuamente sobre estas cuestiones. El Canadá ha sido, y sigue siendo, un participante activo y comprometido en la labor del CIG y acoge con satisfacción tanto los debates concretos como los intercambios de experiencias nacionales en ese foro, que siguen siendo cruciales para examinar las cuestiones de que se trata.

128. Por último, en cuanto a las cuestiones de procedimiento del Consejo de los ADPIC, como ha señalado el Canadá previamente, y sin perjuicio de nuestra posición en cuestiones de fondo, podemos seguir apoyando una exposición informativa por la secretaría del CDB al Consejo de los ADPIC sobre procedimiento, si hay interés suficiente de otros Miembros en este asunto. Asimismo, y sin perjuicio de las posiciones nacionales del Canadá en estas cuestiones, el Canadá podría apoyar asimismo la compilación por la Secretaría de las tres notas fácticas sobre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB (documentos IP/C/W/368/Rev.1, IP/C/W/369/Rev.1 e IP/C/W/370/Rev.1). Como ya hemos señalado en este Comité, seguimos entendiendo que esta actividad sería una mera recopilación de información.

6.15 Australia

129. Australia considera que el CIG de la OMPI, gracias a sus conocimientos técnicos especializados, es el órgano más indicado para examinar las complejas e importantes cuestiones de propiedad intelectual relacionadas con los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales conexos y las expresiones culturales.

130. Esperamos que los miembros de la OMPI aborden la cuestión de los recursos genéticos con un espíritu de compromiso cuando esta vuelva a examinarse en 2019.

131. Australia considera que el Acuerdo sobre los ADPIC y el Convenio sobre la Diversidad Biológica son completamente complementarios y que, por lo tanto, no hay necesidad de modificar el Acuerdo sobre los ADPIC.

132. Australia cumple plenamente las obligaciones contraídas en ambos acuerdos, que consideramos que se respaldan mutuamente.

133. En relación con las cuestiones de procedimiento, Australia está abierta a una exposición informativa de la secretaría del CDB sobre el Protocolo de Nagoya y puede ser flexible en lo que concierne a la actualización de las tres notas fácticas por parte de la Secretaría.

6.16 Federación de Rusia

134. La relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) ha sido durante mucho tiempo uno de los temas delicados del orden del día del Consejo de los ADPIC. La Federación de Rusia reconoce que las cuestiones relacionadas con este tema son de gran importancia para muchos países que dan valor a la diversidad biológica como parte de su patrimonio natural y cultural. La Federación de Rusia, en su calidad de parte en el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB, se mantiene abierta a seguir tratando la cuestión para llegar a una solución equilibrada. Creemos que, como han solicitado muchas delegaciones, la sesión informativa de la Secretaría del CDB y la actualización de las notas fácticas, contribuirían a alcanzar este objetivo.

6.17 Estados Unidos de América

135. La posición de los Estados Unidos es bien conocida y no ha cambiado. Por lo que se refiere a los recursos genéticos, los conocimientos tradicionales y el folclore, continuamos opinando que la OMPI es el mejor foro para atender estas cuestiones.

136. El CIG de la OMPI está ocupándose de la resolución de las cuestiones pendientes y del progreso en la comprensión de las cuestiones básicas aplicando un enfoque basado en información contrastada y mediante ejemplos de experiencias de los países.

137. Los Estados Unidos seguirán participando en los debates técnicos en el CIG de la OMPI y esperan recibir de los *demandeurs* más datos que respalden sus posiciones sobre esta cuestión.

138. Con respecto a las diversas peticiones que se han formulado en la reunión, los Estados Unidos no pueden apoyarlas, aunque siguen dispuestos a debatir, incluso bilateralmente, con las delegaciones, tanto entre reuniones del Consejo de los ADPIC como en paralelo a las reuniones.

7 RECLAMACIONES NO BASADAS EN UNA INFRACCIÓN Y RECLAMACIONES EN CASOS EN QUE EXISTE OTRA SITUACIÓN

7.1 Benin, en nombre del Grupo de PMA

139. En la Decisión Ministerial adoptada en Buenos Aires el 13 de diciembre de 2017 (documento WT/MIN(17)/66), se dispone que los Miembros continúen su examen del alcance y las modalidades de las reclamaciones de los tipos previstos en los apartados b) y c) del párrafo 1 del artículo XXIII del GATT de 1994 y hagan recomendaciones a la Duodécima Conferencia Ministerial.

140. El Grupo de PMA alienta a los Miembros a completar este examen y formular recomendaciones a los Ministros, de conformidad con la Decisión Ministerial citada. Así pues, felicita a todos los Miembros que han hecho propuestas.

141. El Grupo de PMA exhorta a los Miembros a que den muestra de su determinación para llegar a una solución consensuada.

7.2 Sudáfrica

142. En la Ronda Uruguay, cuando los Miembros de la OMC acordaron incorporar el GATT de 1947 en el Acuerdo por el que se establece la OMC, decidieron que el recurso de reclamaciones no basadas en infracciones o relativas a casos en que existe otra situación, previsto en el párrafo 1 b) y c) del artículo XXIII del GATT, sería aplicable a los acuerdos "cubiertos" por el ESD. La única excepción actual es el Acuerdo sobre los ADPIC.

143. En el párrafo 2 del artículo 64 de este Acuerdo, los Miembros acordaron que el recurso de estas reclamaciones no se aplicaría al Acuerdo sobre los ADPIC durante un período de cinco años después de la entrada en vigor del Acuerdo sobre la OMC. En el párrafo 3 del artículo 64 del Acuerdo sobre los ADPIC, los Miembros acordaron además que durante este período el Consejo de los ADPIC examinaría el alcance y las modalidades de estas reclamaciones. Esta moratoria se ha prorrogado en ocho ocasiones, la última de ellas mediante una Decisión Ministerial adoptada en la Undécima Conferencia Ministerial celebrada en Buenos Aires (Argentina) en 2017. Según esta Decisión, los Miembros acordaron mantener la moratoria y ordenaron al Consejo de los ADPIC que continuara su examen de las reclamaciones. También se pidió al Consejo de los ADPIC que formulara recomendaciones a la próxima Conferencia Ministerial. A lo largo de los años, varios Miembros han presentado observaciones al Consejo de los ADPIC que contenían sus opiniones sobre estas reclamaciones en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC. Sin embargo, no se ha llegado a ningún acuerdo definitivo.

144. Sudáfrica señala que la reparación no basada en una infracción es "excepcional". Se han presentado muy pocas reclamaciones no basadas en una infracción, tanto en el marco del GATT como de la OMC. En el marco del GATT de 1947, los grupos de trabajo y los grupos especiales examinaron solo ocho casos de este tipo de reclamaciones. Solo han prosperado tres de los ocho casos de reclamaciones de este tipo y los informes fueron adoptados por las Partes Contratantes del GATT. Tampoco ha tenido éxito ningún recurso no basado en una infracción en el que se hubiese invocado en la OMC el párrafo 1 b) del artículo XXIII. En más de 70 años de existencia del sistema multilateral de comercio, solo han tenido éxito tres casos de este tipo de reclamaciones.

145. Señalamos también que en el asunto *Japón - Películas*, el Grupo Especial dijo lo siguiente:

"Señalamos que aunque la acción por anulación o menoscabo sin infracción de disposiciones constituye un instrumento importante y aceptado del mecanismo de solución de diferencias de la OMC/GATT y ha figurado 'en los textos' durante casi 50 años, solo en ocho asuntos grupos especiales o grupos de trabajo han realizado un examen sustantivo de reclamaciones formuladas al amparo del párrafo 1 b) del artículo XXIII. De ello se desprende que tanto las partes contratantes del GATT como los Miembros de la OMC han adoptado al respecto un enfoque prudente y que, de hecho, han considerado que esa acción es un instrumento excepcional de la solución de diferencias". (Informe del Grupo Especial, asunto *Japón - Películas*, párrafo 10.36).

146. Los Miembros siguen divididos con respecto a la cuestión de si las reclamaciones no basadas en infracciones o relativas a casos en que existe otra situación deberían tan siquiera aplicarse en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC, o si la aplicación de estas reclamaciones debería estar sujeta a determinadas modalidades. Independientemente de estas opiniones diferentes, cabe señalar la contribución valiosa que han hecho los Miembros a lo largo de los años para comprender el carácter de estas reclamaciones en el contexto de los debates en el Consejo de los ADPIC. Los proponentes de la aplicación de reclamaciones no basadas en una infracción en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC no han proporcionado ejemplos concretos de medidas coherentes con este Acuerdo que podrían menoscabar o anular beneficios en determinadas situaciones que no están previstas en el Acuerdo. Por tanto, puede ser útil aclarar qué situaciones desean evitar los Miembros proponentes al incluir en el Acuerdo sobre los ADPIC la posibilidad de acción no basada en una infracción y, por

otra parte, garantizar que las acciones no basadas en una infracción en el contexto de los ADPIC no sean tan amplias como para ocasionar la ampliación de las actuales obligaciones dimanantes del Acuerdo sobre los ADPIC.

147. En la reunión del Consejo de los ADPIC celebrada el 27 de febrero de 2018, Suiza opinó lo siguiente (documentos IP/C/M/88; IP/C/M/88/Add.1, párrafos 138 y 139):

138. En primer lugar, permítanme que responda brevemente a algunas intervenciones anteriores que expresaron su preocupación por que las reclamaciones sin infracción en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC pudieran afectar negativamente a las flexibilidades previstas en el Acuerdo. La delegación de mi país ha dejado claro en repetidas ocasiones que las flexibilidades previstas en el Acuerdo sobre los ADPIC son, de hecho, parte de los derechos y obligaciones claramente enunciados en el Acuerdo y no entran en el ámbito de las reclamaciones sin infracción.

139. Las reclamaciones no basadas en una infracción protegen el equilibrio de derechos y obligaciones establecido en los Acuerdos de la OMC concluidos en la Ronda Uruguay. La protección de este equilibrio incluye las disposiciones en materia de flexibilidad previstas y confirmadas en el Acuerdo sobre los ADPIC. El recurso a tales flexibilidades es una medida previsible y, por tanto, no es una situación en que no existe una infracción.

148. Esta declaración está en consonancia con el párrafo 4 del artículo 31*bis* del Acuerdo sobre los ADPIC, en el que se establece lo siguiente: "Los Miembros no impugnarán al amparo de los apartados b) y c) del párrafo 1 del artículo XXIII del GATT de 1994 ninguna medida adoptada de conformidad con las disposiciones del presente artículo y del Anexo del presente Acuerdo."

149. Puede considerarse que las referencias mencionadas *supra* ya aclaran el ámbito de aplicación de las reclamaciones no basadas en infracciones o relativas a casos en que existe otra situación en el contexto del Acuerdo sobre los ADPIC. El uso de cualquier flexibilidad en el marco de este Acuerdo es una medida prevista y, por tanto, no está abarcada por este tipo de reclamaciones. Además, la jurisprudencia ya ha aclarado las modalidades que se aplican a estas reclamaciones, en tanto que incumbe a la parte reclamante la carga de probar una alegación respecto de un caso en que no existe infracción comprendido en el ámbito del párrafo 1 del artículo 26 del ESD, para la que debe presentar una justificación detallada.

150. Sudáfrica no es un proponente de la aplicación de las reclamaciones no basadas en una infracción y reclamaciones en casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC. Sin embargo, está lo suficientemente claro que, a lo largo de los años, en el Consejo de los ADPIC se han examinado ideas valiosas que merecen un examen serio por parte de los Miembros, con independencia de las posiciones que tengan respecto de la posible aplicación de este tipo de reclamaciones en el marco del Acuerdo.

7.3 Nigeria

151. La presente reunión nos ofrece una nueva oportunidad de reflexionar sobre los diferentes puntos de vista respecto de la aplicación de las reclamaciones no basadas en una infracción y reclamaciones en casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC.

152. En general, las opiniones siguen variando y hasta la fecha no han convergido. Los Miembros aún no han tomado una decisión sobre el ámbito de aplicación de las reclamaciones no basadas en una infracción, con arreglo a los párrafos b) y c) del artículo XXIII del GATT. Sin embargo, la delegación de mi país opina que no debería permitirse aplicar las reclamaciones no basadas en una infracción o relativas a casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC.

153. Mientras tanto, conforme nos acercamos a la Duodécima Conferencia Ministerial, sugerimos que se empiece a debatir acerca de qué hacer con la moratoria. A nuestro modo de ver, debe ampliarse hasta que podamos consensuar su alcance. Seguimos alentando al Presidente a que facilite este debate.

7.4 Brasil

154. El debate sobre la aplicabilidad de las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación al Acuerdo sobre los ADPIC ha formado parte del orden del día del Consejo durante muchos años. El Brasil apoya la declaración formulada por Sudáfrica sobre esta cuestión.

155. Tras haber analizado detenidamente las declaraciones formuladas en reuniones anteriores del Consejo por los proponentes de permitir que se apliquen al Acuerdo sobre los ADPIC las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación, seguimos opinando que el mecanismo de solución de diferencias que se aplica actualmente al Acuerdo sobre los ADPIC es suficiente para garantizar una protección eficaz y adecuada de los derechos de propiedad.

156. Asimismo, el Brasil cree que la lógica del Acuerdo sobre los ADPIC es distinta de la del GATT en el sentido de que, como se establece en el párrafo 1 del artículo 1 del Acuerdo sobre los ADPIC, los Miembros pueden establecer libremente el método adecuado para aplicar las disposiciones del Acuerdo en el marco de su propio sistema y práctica jurídicos. En el Acuerdo sobre los ADPIC se prevén también flexibilidades importantes que deberán conservarse. Permitir la aplicación de este tipo de reclamaciones incluiría un elemento de incertidumbre innecesario en el equilibrio de derechos y obligaciones de los Miembros.

157. De hecho, además del aumento de la incertidumbre en lo que respecta a los tipos de reclamaciones que entrañaría, la ampliación de estas reclamaciones al Acuerdo sobre los ADPIC supondría una carga adicional e innecesaria para el sistema de solución de diferencias, que ya soporta presiones por la situación que afrontamos actualmente en el Órgano de Apelación.

158. Por estos motivos, el Brasil sigue creyendo que no es el momento adecuado para introducir cambios en la cuestión de las reclamaciones no basadas en infracciones o relativas a casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC.

7.5 Estados Unidos de América

159. La posición de los Estados Unidos sobre esta cuestión no ha cambiado. Reiteramos nuestro apoyo para que se permita que expire la actual moratoria a fin de que los Miembros puedan presentar reclamaciones por anulación o menoscabo sin infracción en el futuro, en caso pertinente.

160. En el anterior Consejo de los ADPIC, algunos Miembros expresaron su inquietud por la aplicación de las reclamaciones por anulación o menoscabo sin infracción al Acuerdo sobre los ADPIC. Creemos que, si bien se han planteado preguntas válidas, el propio texto del Acuerdo sobre los ADPIC les da respuesta de forma plena y suficiente y las decisiones de los órganos resolutorios del GATT y la OMC las han aclarado, como hemos indicado en nuestra comunicación al Consejo de los ADPIC, distribuida a los Miembros como documento IP/C/W/599, así como en nuestras intervenciones anteriores.

161. Los Estados Unidos han proporcionado un análisis detallado y exhaustivo en cada una de las declaraciones realizadas en el marco de este punto del orden del día durante los últimos años. Hemos explicado el fundamento jurídico de esas reclamaciones en los textos del GATT y del Acuerdo sobre los ADPIC, en la jurisprudencia de los grupos especiales y del Órgano de Apelación respecto de las diferencias en materia de anulación o menoscabo de ventajas sin infracción, y también hemos dado explicaciones relativas a las amplias salvaguardias que existen para proteger los derechos y las obligaciones de los Miembros en virtud del Acuerdo sobre los ADPIC en descripciones concretas sobre la manera en que deberían funcionar esas diferencias en la práctica.

162. Como hemos detallado en intervenciones anteriores, las reclamaciones por anulación o menoscabo sin infracción forman parte de una larga tradición en la OMC y en el derecho del comercio internacional en general. La aplicabilidad de las reclamaciones de esta índole en el marco de los Acuerdos de la OMC es la norma; la excepción reside en no aplicarlas. La excepción es la moratoria en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC.

163. Seguimos creyendo que se está privando a los Miembros de la OMC de un instrumento importante para hacer valer los derechos conferidos por el Acuerdo sobre los ADPIC, razón por la cual apoyamos la expiración de la actual moratoria para que las reclamaciones de este tipo puedan ser aplicables al Acuerdo sobre los ADPIC.

164. Aunque seguimos opinando que el texto de los Acuerdos de la OMC y las resoluciones de solución de diferencias ofrecen a los Miembros una orientación suficiente sobre la aplicación de las diferencias por anulación o menoscabo sin infracción al Acuerdo sobre los ADPIC, los Estados Unidos siguen dispuestos a examinar propuestas específicas de los Miembros que deseen estudiar más a fondo el alcance y las modalidades de esos tipos de reclamaciones.

7.6 Indonesia

165. Indonesia reafirma su posición de que aplicar las reclamaciones no basadas en infracciones o relativas a casos en que existe otra situación a la propiedad intelectual podría dar lugar a un desequilibrio entre los derechos de los titulares y de los usuarios de propiedad intelectual e ir en detrimento del interés público. La indefinición del alcance y las modalidades de estas reclamaciones propiciaría la introducción de nuevas obligaciones y aumentaría las normas de protección más allá de lo acordado.

166. Ello afectaría al margen de actuación de los Miembros, especialmente con respecto a la aplicación de medidas de salud pública, y acto seguido propiciaría el aumento de las diferencias interpuestas contra las medidas en vigor y futuras adoptadas por los países en desarrollo.

167. En relación con la Duodécima Conferencia Ministerial, Indonesia apoya que se confiera carácter permanente a la moratoria de este tipo de reclamaciones en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC.

7.7 Bangladesh

168. La posición de Bangladesh respecto de la propuesta de levantar la moratoria sobre las reclamaciones sin infracción o en los casos en que exista otra situación es bien conocida. Para que quede constancia, nos gustaría reiterar que estamos a favor del establecimiento de una moratoria permanente.

169. No obstante, Bangladesh invita a los proponentes de la aplicación de las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación a que expongan sus opiniones e ideas sobre el alcance y las modalidades del procedimiento, con arreglo a lo dispuesto en el párrafo 3 del artículo 64 del Acuerdo sobre los ADPIC. El Consejo debe estar más informado, solo así dispondrá de mejores condiciones para examinar la propuesta y pronunciarse al respecto.

170. El concepto de este tipo de reclamaciones aún parece territorio desconocido, y a menos que se definan en primer lugar el alcance y las modalidades, no podremos avanzar en este debate. Tal y como lo percibimos ahora, si las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación se aplican al Acuerdo sobre los ADPIC, cualquier cuestión de cualquier índole podrá plantearse como "caso" en este marco. Por lo tanto, es preciso establecer previamente delimitaciones claras y examinarlas con detenimiento.

171. Bangladesh reitera su disposición a seguir debatiendo esta cuestión.

7.8 Suiza

172. La opinión de esta delegación de que las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación son, en principio, también aplicables en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC es bien conocida. Para consultar más detalles sobre nuestra posición y el texto de apoyo previsto en el artículo 64 del Acuerdo sobre los ADPIC, nos remitimos a nuestras intervenciones en las reuniones anteriores del Consejo de los ADPIC. Cuando expire la moratoria, las reclamaciones no basadas en una infracción serán aplicables en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC.

173. La moratoria vencerá pronto y señalamos que, hasta la fecha, no se ha presentado ninguna propuesta o comunicación oficial para definir el alcance y las modalidades de las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC. A falta de modalidades específicas en el marco de este Acuerdo, cualquier procedimiento relativo a las reclamaciones no basadas en una infracción y las reclamaciones en casos en que existe otra situación se registrará por el ESD. Esta delegación sigue pensando que el ESD proporciona orientación suficiente para decidir en los casos de este tipo de reclamaciones.

174. Dicho esto, Suiza acoge con satisfacción las iniciativas, propuestas específicas y consultas informales en las que se examinen posibilidades de concretar el alcance y las modalidades de las reclamaciones no basadas en infracciones o relativas a casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC. Felicitamos a la delegación de Sudáfrica por su compromiso en este asunto, esperamos con interés que se intensifique el diálogo y estamos dispuestos a participar constructivamente en ese diálogo.

7.9 India

175. La posición de la India acerca de las reclamaciones no basadas en una infracción o relativas a casos en que existe otra situación en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC no ha cambiado. Sigue habiendo serias preocupaciones por los efectos debilitadores que puede tener este tipo de reclamaciones en la esfera de los ADPIC: en cuanto al margen de política reglamentaria de los Miembros y en lo que respecta a las flexibilidades previstas en el Acuerdo sobre los ADPIC; además, podría hacer más compleja la interpretación de las disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC. Estas reclamaciones pueden coartar a los Miembros en el ejercicio de sus regímenes de propiedad intelectual y, además, pueden limitar seriamente su capacidad para alcanzar otros objetivos de política pública.

176. El hecho de que no esté previsto el recurso de reclamaciones no basadas en una infracción o relativas a casos en que existe otra situación en el contexto de los ADPIC no obstaculiza ni debilita en modo alguno la posibilidad de hacer observar los derechos y las obligaciones relacionados con los ADPIC. La introducción del recurso de reclamaciones sin infracción y en los casos en que existe otra situación, en el Acuerdo sobre los ADPIC, es innecesaria e incompatible con los intereses de los Miembros de la OMC. Por ello, es posible salvaguardar todos los beneficios consagrados en el Acuerdo aplicando el texto del Acuerdo en concordancia con principios aceptados de derecho internacional, sin introducir la noción legalmente incierta de "no infracción" y "otra situación".

177. La India espera con interés seguir colaborando con Miembros del mismo parecer para lograr que las reclamaciones no basadas en una infracción no sean aplicables en el ámbito de los ADPIC.

7.10 China

178. La posición de China sobre esta cuestión no ha cambiado. Creemos que las reclamaciones sin infracción y por otras situaciones no son aplicables en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC, según se expone en el documento IP/C/W/385/Rev.1 propuesto por 16 Miembros, entre ellos China. También acogemos con satisfacción el debate sobre esta cuestión, de conformidad con el mandato conferido por la Undécima Conferencia Ministerial.

7.11 Canadá

179. Nuestra posición de larga data sobre esta cuestión es bien conocida y no ha cambiado.

180. Reconocemos que la actual moratoria existe gracias a un consenso y confiamos en que los Miembros puedan continuar debatiendo estas cuestiones de manera colegiada, especialmente porque muchos Miembros tienen preocupaciones en esta esfera. El Canadá también desea expresar su constante interés en participar en todas las consultas que tengan lugar sobre esta cuestión entre los Miembros interesados.

8 EXAMEN DE LA APLICACIÓN DEL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC DE CONFORMIDAD CON EL PÁRRAFO 1 DEL ARTÍCULO 71

181. No se formula ninguna declaración en relación con este punto del orden del día.

9 EXAMEN DE LA APLICACIÓN DE LAS DISPOSICIONES DE LA SECCIÓN RELATIVA A LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE CONFORMIDAD CON EL PÁRRAFO 2 DEL ARTÍCULO 24

182. No se formula ninguna declaración en relación con este punto del orden del día.

10 COOPERACIÓN TÉCNICA Y CREACIÓN DE CAPACIDAD

183. No se formula ninguna declaración en relación con este punto del orden del día.

11 PROPIEDAD INTELECTUAL E INNOVACIÓN: LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA EN MATERIA DE INNOVACIÓN - ENFOQUES INNOVADORES EN APOYO DE LA CREACIÓN DE MARCAS Y LA PROMOCIÓN Y DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

11.1 Japón

184. En primer lugar, en nombre de los copatrocinadores de este punto, esta delegación desea exponer brevemente los antecedentes y algunos posibles elementos para debate en el marco de este punto del orden del día, de conformidad con el documento IP/C/W/653.

185. Para la presente reunión, se invita a los Miembros a reflexionar sobre la propiedad intelectual y la innovación en el contexto de la creación de marcas y las industrias creativas, teniendo en cuenta todas las distintas formas de asociaciones público-privadas en el ámbito de la promoción de la propiedad intelectual. En la reunión anterior del Consejo de los ADPIC, expusimos nuestras políticas y experiencias nacionales en I+D para destacar la importancia de una colaboración y cooperación sólidas entre los diferentes colectivos interesados.

186. Aunque a menudo se olvida, se reconoce generalmente que la "innovación" no necesariamente significa de forma exclusiva "invención". De hecho, varias organizaciones internacionales aplican un enfoque mucho más amplio del término "innovación". Resulta, por tanto, útil en este contexto examinar el papel de las industrias creativas y la creación de marcas. La "economía creativa", y más en general los sectores con un uso intensivo de la propiedad intelectual, han sido robustos y han demostrado resiliencia y, en muchos casos, crecimiento, lo que indica su potencial considerable para la inversión actual y futura.

187. Conviene señalar que el reconocimiento y fomento del valor de los productos locales mediante una estrategia singular de creación de marcas y promoción en el ámbito nacional/regional, así como el desarrollo de nuevos productos y servicios creativos, podrían considerarse importantes fuentes futuras de "innovación" en la economía creativa. Especialmente en una época marcada por la urbanización, es importante centrarse en una política de innovación resiliente que incorpore estrategias regionales y rurales singulares en materia de creación de marcas y promoción. Es posible promocionar las zonas rurales fortaleciendo la asociación entre los sectores público y privado, posiblemente empleando activos intangibles como los derechos de propiedad intelectual.

188. Además, el sector público también puede ayudar al privado a crear y promover marcas e impulsar la reputación de las empresas por diversas vías, por ejemplo, mediante servicios de consultoría y asistencia a la promoción de las marcas y la reputación de las empresas locales en el extranjero.

189. Sería beneficioso que los Miembros compartiesen sus distintas experiencias en cuanto a la colaboración público-privada destinada a ayudar a las empresas a crecer mediante estrategias de creación de marcas y de promoción. Esto permitiría conocer cómo interactúan los colectivos interesados y los procesos para promover la innovación y las oportunidades económicas. Las posibles preguntas orientativas se incluyen en el párrafo 7 del documento de trabajo.

190. Asimismo, las industrias creativas desempeñan un importante papel para enriquecer las culturas y aportar valor económico. Sin embargo, en estos sectores, muchos particulares y pymes quizá no estén familiarizados con sus derechos de propiedad intelectual y con las posibilidades que ofrece la propiedad intelectual para impulsar el crecimiento de sus negocios. En este ámbito, el sector público puede ayudar a que su negocio crezca. Estas colaboraciones eficaces y probadas impulsan, además, la visión compartida respecto del fomento de la actividad económica de las regiones locales y la creatividad.

191. En el párrafo 9 del documento se incluyen posibles cuestiones que se podrían examinar.
192. A partir de este momento, esta delegación desea compartir nuestras ideas y experiencias mostrando un breve vídeo sobre un grupo industrial japonés que ha estado intentando impulsar la economía local utilizando su marca regional.
193. Esta delegación opina que las colaboraciones entre los sectores público y privado son muy importantes no solo para las actividades de I+D, sino también para las estrategias de creación de marcas diseñadas para los productos locales.
194. Además, el Japón reconoce la importancia de promover las zonas rurales en el contexto de la concentración extrema y continuada de la economía en la zona metropolitana de Tokio. Revitalizar las economías locales es una de las principales políticas establecidas por el Gobierno del Japón.
195. Así pues, esta delegación les presenta ahora un caso de éxito en el que se ha impulsado la economía local mediante la promoción de una especialidad regional.² Se trata del *katsuobushi*, que es una pieza grande de bonito que se ha secado hasta formar un bloque duro y sólido y que se utiliza en la cocina japonesa. Uno de los posibles usos del *katsuobushi* es rallarlo y añadirlo como uno de los ingredientes esenciales del caldo de pescado, por ejemplo, el que se emplea para la sopa miso.
196. Anteriormente en el Japón, las marcas regionales que consistían simplemente en combinaciones de los nombres regionales y los nombres de productos o servicios comunes no se podían registrar. Sin embargo, una de las políticas del Gobierno para promover la creación de marcas locales fue revisar la Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio y establecer un sistema que permite que esas combinaciones se registren como marca. Se denomina "Sistema de Marcas de Fábrica o de Comercio Colectivas Regionales" y se puso en marcha en 2006.
197. Una de las dependencias locales del Ministerio de Economía, Comercio e Industria prestó apoyo a una empresa marítima local aumentando el valor del *katsuobushi* mediante una estrategia singular de creación de marca basada en una marca colectiva regional que se registró en 2010. Como verán en este breve vídeo, es un ejemplo exitoso de creación de marca.
198. La zona de Makurazaki es la más importante del Japón en volumen de producción de *katsuobushi*. El método de elaboración del *katsuobushi* se ha transmitido de generación en generación durante más de 300 años.
199. En este vídeo verán el cuidadoso proceso de elaboración del *katsuobushi* que sigue esta vieja empresa pesquera. Resulta sorprendente que la mayor parte del trabajo se haga a mano, pese a la automatización integrada en alguna de las etapas del proceso.
200. Tras descongelar el bonito durante un día, se corta, hierva, se le quitan las espinas y se filetea. A continuación, se ahúma entre 14 y 20 días. Posteriormente, se ralla, se forman bloques y, por último, se deja secar al sol. Se dice que el secado natural al sol aporta su sabor suave y rico aroma.
201. Pese a los 300 años de historia de este producto y de su cuidado proceso de elaboración, se consideraba que el *katsuobushi* era un producto tan común que no tenía demasiado valor, por lo que los fabricantes no podían sentirse orgullosos de sus productos.
202. El *katsuobushi* se emplea ahora en todos los restaurantes japoneses con estrecha Michelin en Europa. Según un afamado chef japonés, a este producto aún le quedan posibilidades de uso.
203. Desde hace poco tiempo, la cooperativa de empresas de productos marinos de Makurazaki elabora *katsuobushi* en Concarneau (Francia) para promover la gastronomía japonesa fuera del Japón. La cooperativa transfirió su singular tecnología de fabricación al director de varias fábricas en Francia. Actualmente, el *katsuobushi* elaborado en estas fábricas se encuentra en muchos restaurantes japoneses en Francia y ha tenido una buena acogida por parte de los ciudadanos franceses.

² Durante la reunión se proyecta un breve vídeo.

204. La cooperativa dice que la adquisición de un derecho de marca colectiva regional permitió a cada fabricante responsabilizarse de su propia producción, lo que, a su vez, contribuyó a la mejora de la higiene y la calidad.

205. Además, no solo los fabricantes se sienten orgullosos del *katsuobushi*, sino también los residentes locales, al convertirse en tema de interés para los medios de comunicación. Asimismo, el decidido apoyo del sector público, por ejemplo, al diseñar un sitio web en inglés para promocionar el producto, permitió conocer mejor su valor añadido.

206. Es posible que un gran proyecto para elaborar *katsuobushi* en Francia sea uno de los resultados derivados de la reputación de marca, que se originó al adquirirse un derecho de marca colectiva regional para el *katsuobushi*.

207. En resumen, esta delegación quiere destacar que se trata de un ejemplo de lo que se denomina "colaboración público-privada en materia de innovación", en concreto, en creación de marcas y promoción. Además, si los medios de comunicación ponen de relieve actividades dignas de consideración para el público en general, por ejemplo, mediante videoclips, pueden preverse más innovaciones locales en creación de marcas.

208. El Gobierno del Japón está decidido a fomentar encarecidamente la innovación en materia de creación de marcas y promoción y en el marco de las industrias creativas reforzando las colaboraciones público-privadas. El Japón mejorará continuamente los sistemas nacionales de propiedad intelectual, de acuerdo con las tendencias actuales. Por último, esta delegación confía asimismo en que el Consejo de los ADPIC siga siendo un foro idóneo para que los Miembros intercambien información sobre sus sistemas, políticas e iniciativas en la esfera de la propiedad intelectual y se comprendan mejor.

209. Esta delegación confía en que esta información ayude a otras delegaciones a diseñar sus propias políticas internas y espera con mucho interés escuchar muchas experiencias de los Miembros.

11.2 Australia

210. Australia quiere agradecer sinceramente al Japón que haya liderado este debate sobre enfoques innovadores en materia de creación de marcas y promoción y en el marco de las industrias creativas. Nos complació sumarnos al documento de debate como copatrocinadores.

211. En una economía mundial cada vez más interconectada e hipercompetitiva, los países necesitan poner de relieve sus características y competencias singulares y promover la calidad de sus productos y servicios para atraer a los compradores e inversores extranjeros.

212. El apoyo limitado que ofrece el Gobierno de Australia a marcas individuales del sector privado incluye campañas específicas ocasionales, como ofrecer plazas para delegaciones dedicadas al comercio exterior o promociones turísticas. Es posible que los programas públicos de desarrollo empresarial y de las exportaciones impulsen indirectamente el conocimiento de las marcas de las empresas al apoyar su éxito comercial en términos más generales. Entre estos programas se incluyen las donaciones para el crecimiento empresarial, que pueden utilizarse para contratar asesores en materia de comercialización y creación de marcas; las donaciones para el desarrollo de mercados de exportación, mediante las cuales se ofrece ayuda financiera a las empresas australianas que quieren desarrollar los mercados de exportación; y el programa Plataformas de Aterrizaje, que ofrece estancias en mercados extranjeros clave a empresas emergentes y en expansión.

213. A nivel nacional, los sectores público y privado pueden elaborar conjunta y eficazmente estrategias de creación de marcas en todo el país de las que se beneficien empresas de todos los tamaños y todos los sectores de la economía.

214. En 2018, el Gobierno de Australia puso en marcha una importante iniciativa para desarrollar una "marca nacional" integral para nuestro país, tras la publicación en 2017 del Libro Blanco del Gobierno sobre Política Exterior y Comercial, en el que se identificaba la necesidad de desarrollar una "marca nacional" más sólida para comercializar nuestras credenciales comerciales, educativas y culturales en un mercado mundial competitivo.

215. En el marco de esta iniciativa, liderada por la industria y coordinada por la Comisión Australiana de Comercio (Austrade) en nombre del Gobierno de Australia, se está intentando diseñar un enfoque más coherente de la creación de marcas nacionales para transmitir al mundo exterior el mensaje de que somos una nación de inventores, actores, ingenieros, constructores, arquitectos, atletas e innovadores.

216. En cuanto al papel que pueden desempeñar los derechos de propiedad intelectual en el contexto de la innovación local y la colaboración público-privada, creemos firmemente que un entorno de la propiedad intelectual eficaz y equilibrado proporciona certidumbre a las partes interesadas y contribuye a estimular la comercialización de ideas innovadoras. De esta forma, también puede desempeñar un papel fundamental de impulso del bienestar social y económico tanto a nivel nacional como internacional.

217. Además, la colaboración entre instituciones de investigación y el sector empresarial es un componente cada vez más esencial de un sistema de innovación nacional eficaz y es fundamental para adquirir conocimientos y promover el espíritu empresarial.

218. Australia reconoce desde hace tiempo el valioso papel que puede desempeñar el sector público para apoyar a artistas y empresas creativas locales mediante estrategias tanto de protección como de promoción de la propiedad intelectual.

219. El sector creativo contribuye de forma significativa a la sociedad y la economía australianas, a saber, AUD 112.000 millones, que equivale al 6,4% del PIB.

220. Según nuestra experiencia, el sector público puede desempeñar un papel de liderazgo para promover las industrias creativas entre los principales responsables de la adopción de decisiones, fomentar las asociaciones y alentar la difusión de competencias y talento creativos en otros sectores y dentro del propio sector público.

221. El sector público puede contribuir poniendo en marcha y manteniendo sólidos mecanismos de financiación de las artes que apoyen tanto la generación de propiedad intelectual original y creativa como la promoción estratégica de esta propiedad intelectual en mercados potencialmente lucrativos.

222. El Gobierno de Australia dispone de varias iniciativas de financiación para apoyar los sectores nacionales de la cultura y las artes, entre las que se incluyen las siguientes:

- el Consejo Australiano de las Artes, el organismo público de financiación y asesoramiento en la esfera de las artes, ofrece distintas donaciones a artistas y empresas creativas australianas;
- Creative Partnerships Australia, una empresa del Commonwealth que promueve una cultura del apoyo de las artes por parte del sector privado en Australia y contribuye a un sector cultural dinámico y ambicioso; y
- Screen Australia, que ofrece apoyo a los realizadores australianos de cine, televisión, documentales y medios digitales.

223. Con la promulgación de leyes como la *Ley del Derecho de Reventa de Regalías para Artistas Visuales de 2009*, el Gobierno de Australia ha demostrado la importancia que atribuye a otorgar a los artistas visuales australianos un derecho duradero parecido al de otros creadores, como autores de canciones o escritores, que reciben pagos por derechos de autor de su obra original.

- Desde su puesta en marcha en junio de 2010 hasta su finalización en abril de 2019, esta iniciativa ha generado más de AUD 7 millones en regalías por la reventa de 18.760 obras de 1.787 artistas. El 63% de los artistas que recibieron pagos de regalías era indígena.

224. Reconociendo la importancia de conservar las arraigadas culturas aborígenes y de isleños del Estrecho de Torres, el Programa público de Apoyo al Sector de las Artes Visuales Indígenas contribuye al funcionamiento de unos 80 centros de artes de propiedad indígena, así como una serie de organizaciones de servicios, centros regionales y ferias de arte, que en conjunto permiten

a 6.000 artistas aproximadamente dedicarse a la práctica profesional del arte y establecer vínculos con el mercado del arte.

225. También hay oportunidades para que el sector público contribuya al crecimiento de las empresas creativas aprovechando el potencial de las artes, la cultura y la creatividad para apoyar el logro de resultados en otras esferas de la política pública, como las ciudades y la habitabilidad, la enseñanza y el turismo. Por ejemplo, muchos gobiernos locales invierten en precinctos creativos que pueden contribuir a la regeneración urbana o aumentar la habitabilidad para los residentes, pero que también generan oportunidades para los artistas y las empresas creativas. Muchos gobiernos invierten también en contenido creativo que sirva de baza en eventos destacados para atraer el turismo y generar resultados económicos para las empresas locales que no sean del sector creativo.

226. Me gustaría referirme ahora a la cuestión de cómo puede el sector público ayudar al sector privado a adquirir conocimientos expertos sobre la gestión de la propiedad intelectual.

227. La Oficina de la Propiedad Intelectual de Australia, IP Australia, ofrece una serie de iniciativas diseñadas a ese fin que prestan especial atención a las empresas emergentes y las MIPYME, entre las que se incluyen talleres y seminarios en línea específicos que ofrecen información básica sobre los derechos de propiedad intelectual y destacan la importancia de proteger las marcas e ideas personales en el marco de una estrategia de negocio más amplia.

228. IP Australia ha diseñado una gama de herramientas de acceso público, que van desde listas de comprobación para colaboraciones hasta modelos de acuerdos de confidencialidad.

229. Australia también apoya la innovación y comercialización ofreciendo a los titulares de patentes del sector público una plataforma para destacar oportunidades de obtención de licencias y promover sus resultados de investigación. En particular, la plataforma "Source IP", disponible en el sitio web de IP Australia, incluye un foro para que entren en contacto las empresas y las instituciones de investigación del sector público.

230. Asimismo, IP Australia colabora con centros de incubación con el fin de divulgar la importancia de la propiedad intelectual para las empresas emergentes y los empresarios. Por ejemplo, en las incubadoras locales, los espacios de trabajo compartido y los Centros de Empresas Comerciales por toda Australia se organizan talleres que tratan especialmente sobre las patentes y las marcas de fábrica o de comercio, las herramientas para mejorar la comprensión de los beneficios derivados de la protección de las patentes, las competencias prácticas en relación con las solicitudes de patentes y la maximización del valor de las marcas mediante el uso de las marcas de fábrica o de comercio.

231. En cuanto a las lecciones que hemos aprendido al crear modelos innovadores utilizando nuestros derechos de propiedad intelectual, IP Australia ha diseñado una gama de herramientas de acceso público que ayudan a los usuarios a identificar posibles escollos y asegurar la confidencialidad de la información sensible; por ejemplo, listas de comprobación para colaboraciones o modelos de acuerdos de confidencialidad.

232. Asimismo, en su sitio web, IP Australia proporciona material educativo a empresarios y pymes sobre temas tan diversos como "Hacer negocios en China" y "Comercialización de los derechos de propiedad intelectual".

233. Resumiendo, Australia reconoce desde hace tiempo el papel fundamental que pueden desempeñar los derechos de propiedad intelectual para apoyar las marcas nacionales y comerciales y las industrias creativas.

11.3 Estados Unidos de América

234. Acogemos favorablemente esta oportunidad de copatrocinar el punto del orden del día en curso. Damos las gracias a los demás copatrocinadores y al Japón por presentar el tema y hacer una exposición tan vívida.

235. Desde siempre, la propiedad intelectual ha sido un motor importante del desarrollo económico y cultural de los Estados Unidos.

236. La protección de la propiedad intelectual es tan importante que los legisladores la consagraron en nuestra Constitución. La cláusula 8 de la sección 8 del artículo I de la Constitución dispone que el poder legislativo deberá "promover el progreso de la ciencia y las artes útiles, concediendo a autores e inventores el derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos por períodos limitados".

237. La industria estadounidense ha proliferado en el marco de este sistema de protección. Se han inventado nuevos productos, se han descubierto nuevos usos de viejos productos y se han creado oportunidades de empleo para millones de estadounidenses. La solidez y vitalidad de la economía estadounidense depende directamente de mecanismos eficaces que protejan las nuevas ideas e inversiones en la esfera de la innovación y la creatividad. La demanda continuada de patentes y marcas de fábrica o de comercio pone de relieve el ingenio de los inventores y empresarios estadounidenses.

238. Nuestro objetivo general es asegurar que tanto los titulares de derechos como las empresas y el público en general confíen y puedan apoyarse en un sistema de propiedad intelectual previsible que funcione correctamente.

239. Esta confianza sirve de acicate para que los inventores inventen, las empresas desarrollen nuevas estrategias de creación de marcas, los creadores creen, los inversores inviertan, las empresas crezcan y creen nuevos empleos, y la ciencia y la tecnología avancen.

240. Al dotarnos de este marco de propiedad intelectual y educar a la población sobre el uso del sistema de protección intelectual para proteger sus invenciones, marcas, ideas y creatividad, sentamos las bases para que puedan decidir el mejor método y estrategia para proteger sus valiosos activos.

241. A nuestro modo de ver, las colaboraciones público-privadas son un enfoque eficaz para que las industrias creativas y las estrategias de creación de marcas sean motores del crecimiento económico en los Estados Unidos.

242. Las industrias creativas y las marcas ya contribuyen de manera importante a la economía de los Estados Unidos. En 2017, los sectores estadounidenses que dependen del derecho de autor aportaron USD 1,3 billones a la economía del país y las cinco marcas mundiales de mayor valor son estadounidenses y su valor conjunto fue de USD 586.000 millones, un 20% más que en 2016.

243. Las colaboraciones público-privadas desempeñan un papel importante pues contribuyen a generar entornos propicios para las iniciativas locales y nacionales eficaces que benefician a los creadores y los titulares de marcas. Los Estados Unidos expondrán varios ejemplos de estas colaboraciones.

244. En el caso de las industrias creativas de los Estados Unidos, las asociaciones público-privadas han adoptado la forma de ciudades de la música, programas informáticos de entretenimiento para excombatientes y educadores y colaboraciones entre la universidad y los medios digitales.

245. Muchos municipios de los Estados Unidos están adoptando la estrategia "Ciudades de la Música" para desarrollar sus dinámicas economías del sector de la música y apoyar a los músicos profesionales y la creatividad local.

246. El Foro de Política Musical realiza actividades de promoción, elabora estrategias y brinda oportunidades de establecer contactos dirigidas a los encargados de formular políticas, promotores, artistas, académicos, organizaciones sin fines de lucro y líderes del sector que trabajan en la intersección entre la música y la política musical.

247. El objetivo del Foro de Política Musical es identificar y promover estrategias e iniciativas específicas que ayuden a los artistas a conectar con la audiencia y a monetizar su música para mantener una carrera profesional. Para ello, realiza estudios cuantitativos de I+D en los que se documenta cómo generan ingresos los artistas locales, dónde viven, dónde trabajan, así como otras cuestiones prácticas que son la base esencial sobre la que se apoya la elaboración de estrategias. Entre las ciudades que han encargado la realización de ese tipo de estudios sobre la música local se incluyen Charlotte (Carolina del Norte), Seattle (Washington) y el Distrito de Columbia.

248. La propiedad intelectual contribuye de manera importante a las estrategias de monetización. El Foro de Política Musical brinda oportunidades educativas y de mentoría en colaboración con otras organizaciones y abogados especializados en derechos de autor para asegurar que los músicos locales protejan sus derechos de propiedad intelectual y comprendan cómo reclamar las regalías digitales y de otro tipo.

249. Las asociaciones con líderes municipales y otros funcionarios locales son fundamentales para apoyar los ecosistemas musicales locales mediante estrategias específicas. Recientemente, Denver (Colorado), Albuquerque (Nuevo México) y Pittsburgh (Pennsylvania) han encargado la elaboración de este tipo de estrategias, que incluyen mentorías, formación en derechos de propiedad intelectual, ampliación de audiencias, armonización filantrópica y otras formas de promover a los artistas locales e incrementar las oportunidades de generación de ingresos.

250. En cuanto a los programas informáticos de entretenimiento, observamos que la tecnología tiene el potencial de empoderar y educar. Los enfoques innovadores aplicados al sector de los videojuegos ayudan actualmente a los jugadores con discapacidades y educan a los jóvenes y, como resultado, se crean asociaciones excelentes.

251. Por ejemplo, en abril de 2019, Microsoft y el Departamento de Asuntos de los Excombatientes de los Estados Unidos anunciaron una nueva colaboración para mejorar los servicios de cuidados, rehabilitación y ocio prestados a los excombatientes con discapacidad, con la dotación del Xbox Adaptive Controller en 22 centros de rehabilitación del Departamento por todo el país.

252. El Xbox Adaptive Controller se creó para que más personas puedan disfrutar de los videojuegos, específicamente, personas con movilidad limitada.

253. Los excombatientes podrán utilizar también los controladores y otro equipamiento en actividades organizadas por la Oficina Nacional de Programas Deportivos y Actividades Especiales para Excombatientes, dependiente del Departamento de Asuntos de los Excombatientes, como los Juegos Naciones para Excombatientes en Silla de Ruedas.

254. Microsoft y el Departamento de Asuntos de los Excombatientes mantienen desde hace tiempo una asociación estratégica y llevan colaborando más de 20 años para prestar los mejores cuidados y servicios posibles a los excombatientes. En el marco de esta nueva colaboración, el personal del Departamento utilizará los equipos junto con los excombatientes y enviará comentarios a Microsoft sobre la utilidad terapéutica y la experiencia de los excombatientes con el fin de mejorar el producto y la experiencia de los videojuegos.

255. El Departamento de Educación de los Estados Unidos y la Fundación Científica Nacional también perciben el potencial de los videojuegos y, en consecuencia, han invertido millones de dólares de los Estados Unidos. Además, la Fundación Gates y la Fundación MacArthur han asignado conjuntamente USD 100 millones a videojuegos educativos.

256. Mediante estas iniciativas, la comunidad educativa de los Estados Unidos colabora estrechamente con la industria para asegurarse de que se diseñan juegos que responden a necesidades educativas, que van desde la resolución de problemas matemáticos y puzzles, lecciones de historia integradas en el juego o aprender a tocar un instrumento o a practicar un deporte hasta los beneficios para la salud de un juego de baile. Esta asociación ha brindado la oportunidad de reinventar la enseñanza de manera que deje huella en los estudiantes y suscite el interés de conocer más videojuegos creativos.

257. En la esfera audiovisual, la repercusión del sector del cine y la televisión a nivel local está siendo significativa en estados como Georgia, Hawái, Illinois, Nueva York, Nuevo México, Ohio, Pennsylvania y California.

258. Por ejemplo, en colaboración con el sistema universitario del estado y la Oficina Cinematográfica de Georgia, dependiente del Departamento de Desarrollo Económico de Georgia, el estado de Georgia creó la Academia Cinematográfica de Georgia para contribuir a la capacitación y ampliación de una lista de personal especializado local con el fin de que trabaje en el sector cinematográfico local.

259. De hecho, el estado de Georgia fue el principal destino de producciones cinematográficas en 2018. Como comentario al margen, todas las películas de Marvel se han producido allí.

260. La mano de obra de Georgia se benefició de USD 1.700 millones en gasto directo y 79.000 nuevos puestos de trabajo que representaron USD 4.000 millones en salarios, con un promedio de USD 84.000 por trabajador, que es un 75% superior al promedio nacional. Esta asociación con el sector cinematográfico ha transformado la economía del estado de Georgia.

261. En la esfera de la agricultura, el Servicio Exterior de Agricultura de los Estados Unidos ayuda a generar oportunidades internacionales para una amplia gama de productos agropecuarios y alimentos estadounidenses.

262. En el marco del Programa de Acceso a los Mercados (MAP), el Servicio Exterior de Agricultura de los Estados Unidos (FAS) colabora con asociaciones de agricultores, denominadas "cooperativas", y grupos comerciales estatales y regionales para compartir los costos de las actividades de comercialización y promoción en el extranjero, tales como campañas de publicidad dirigidas a los consumidores, relaciones públicas, demostraciones en puntos de venta, participación en ferias y exposiciones comerciales, investigación de mercado y asistencia técnica.

263. En el ejercicio fiscal de 2019, hay más de 60 participantes en el MAP, entre los que se incluyen el Comité de la Aceituna de California, el Comité de la Fresa de California y el Departamento de Cítricos de Florida. Una de las marcas de certificación más reconocibles del país es "Elaborado con cítricos de Florida".

264. El MAP otorga financiación al Departamento de Cítricos de Florida para que participe en exposiciones comerciales, visitas de medios de comunicación a mercados de exportación, estancias de medios de comunicación e invitados comerciales en Florida, así como en el mantenimiento de los organismos de representación comercial y relaciones públicas del Departamento en Bélgica, el Japón, el Reino Unido, Suecia, los Países Bajos, el Canadá y Francia. El sector de los cítricos de Florida emplea a más de 45.000 personas y su repercusión económica anual en el estado es de USD 8.600 millones.

265. Un reciente estudio independiente concluyó que por cada dólar de los Estados Unidos invertido en programas de desarrollo de los mercados de exportación del Departamento de Agricultura, como el MAP, se obtenían USD 28 en ingresos de exportación.

266. Nuestras asociaciones público-privadas también tienen por propósito apoyar a comunidades pequeñas y rurales a realizar actividades creativas e innovadoras, así como a conseguir que las empresas empiecen a exportar o aumenten las ventas en nuevos mercados mundiales.

267. La Administración de Desarrollo Económico (EDA) es una dependencia del Departamento de Comercio que dirige el Programa federal de desarrollo económico promoviendo la innovación y la competitividad y preparando a las regiones estadounidenses para crecer y prosperar en la economía mundial. La política de inversiones de la EDA está concebida para sentar las bases de un crecimiento sostenible del empleo y la creación de economías regionales duraderas por todo el país.

268. Más recientemente, la EDA invirtió USD 1,25 millones en la ciudad de Cleveland (Misisipi) (12.000 habitantes) para construir una carretera de acceso al nuevo Museo de los Grammy de Misisipi y modernizar la infraestructura del campus de la Universidad Estatal del Delta, que acoge el museo para atraer turistas y apoyar la economía de la región. Desde su inauguración, el museo ha situado a Cleveland en el mapa de interés turístico musical y ha atraído a más de 90.000 visitantes de todos los estados del país y de 37 países extranjeros con una exposición sobre la repercusión de los autores de canciones, productores y músicos de Misisipi en el panorama musical.

269. Las pequeñas empresas y los creadores de todo el país necesitan ayuda para promocionar y proteger sus ideas creativas en el extranjero. Por ello, el Servicio de Comercio de los Estados Unidos, una dependencia de la Administración de Comercio Internacional, es la única entidad federal de asistencia a las exportaciones que tiene oficinas en ciudades más pequeñas, como Fargo (Dakota del Norte), Wheeling (Virginia Occidental) y Greenville (Carolina del Sur). También tiene equipos rurales que ofrecen asistencia individualizada en materia de exportaciones a las empresas rurales

locales. Las empresas pueden obtener ayuda, por ejemplo, para realizar investigaciones de mercado, encontrar compradores en todo el mundo y afrontar obstáculos que afectan a las exportaciones.

270. En resumen, me enorgullece decir que los Estados Unidos tienen una economía próspera, que en gran parte se debe a la importancia que atribuimos al éxito de nuestros innovadores, creadores y empresas. Para ello, estimulamos la innovación y la creatividad protegiendo los derechos de propiedad intelectual y creando entornos propicios a las iniciativas locales y nacionales eficaces, con el apoyo de la colaboración público-privada. Confío en que los ejemplos que he expuesto sirvan para que otros países consideren la posibilidad de adoptar enfoques similares para el beneficio de sus innovadores, creadores y empresas.

11.4 Taipei Chino

271. En primer lugar, queremos dar las gracias al Japón por proponer este punto del orden del día y presentar el documento de debate en el que se invita a los Miembros a compartir sus experiencias sobre los "Enfoques innovadores en apoyo de la creación de marcas y la promoción y de las industrias creativas". Reconocemos plenamente el valor de esta cuestión y nos complace copatrocinar el punto del orden del día en curso.

272. Me gustaría compartir con ustedes las distintas maneras en que el Gobierno de mi país se propone ayudar a determinadas partes del sector privado, especialmente, las pymes de zonas rurales, a establecer sus productos y servicios basados en características regionales, mediante una estrategia innovadora de creación de marcas y de propiedad intelectual tanto a nivel nacional como regional.

273. Debido a la incesante expansión de la industrialización, no es sorprendente que muchas personas hayan migrado de los pueblos a las zonas urbanas. Como resultado, el desarrollo en las zonas rurales se ha estancado y los pueblos agrícolas tradicionales están perdiendo gradualmente sus características distintivas por lo que respecta al estilo de vida y la cultura. Así pues, la brecha creciente entre el desarrollo rural y urbano se ha convertido en un gran problema para el Gobierno.

274. Para intentar abordar este problema, en 2018, el Gobierno puso en marcha un plan nacional de revitalización regional. Su principal objetivo es desarrollar la industria regional centrándose en las características definitorias de la región concreta, un plan concebido para que los antiguos residentes trasladados regresen a la región y alienten a los jóvenes a retornar, contribuyendo así a revertir la tendencia a la pérdida de población en las zonas rurales.

275. El plan se basa en cinco estrategias principales, a saber, incentivos fiscales para las personas que inviertan en sus ciudades de origen, introducción de nueva tecnología, un programa integrado para apoyar el ecosistema, el establecimiento de marcas locales y ajustes al entorno de reglamentación.

276. Teniendo en cuenta el tema que estamos tratando, me centraré en la promoción de la creación de marcas locales y sus beneficios para el desarrollo de la economía regional.

277. En primer lugar, comprendemos la importancia de hacer un buen uso de las indicaciones geográficas en el contexto de la creación de marcas de cualquier producto local. Nuestra experiencia en el desarrollo de marcas de certificación geográfica para marcas locales de productos agropecuarios nos indica que las indicaciones geográficas tienen sin duda una repercusión positiva sostenible en las comunidades locales y sus economías.

278. Desde 2003 venimos aceptando solicitudes de registro de indicaciones geográficas como marcas de certificación geográfica. Hasta la fecha se han aprobado 77 solicitudes de registro de residentes de marcas de certificación y marcas colectivas geográficas.

279. Una marca de certificación o marca colectiva geográfica es una propiedad invisible de todos los colectivos interesados dentro de una zona geográfica determinada.

280. Un buen ejemplo que me gustaría compartir es nuestra primera marca de certificación geográfica, denominada "arroz de Chihshang", que fue registrada por la Oficina Municipal de Chihshang del condado de Taitung para identificar el origen a partir del nombre del lugar donde se

cultiva el arroz objeto de protección de la marca de certificación. Este registro puede atribuirse al entorno geográfico singular de Chihshang y a la estricta reglamentación que rige el uso de las marcas de certificación.

281. Sin embargo, las asociaciones de agricultores locales de Chihshang no se sienten satisfechos autodefiniéndose únicamente como simples cultivadores de arroz. Se pusieron en contacto con la administración local y otros representantes de la comunidad empresarial para desarrollar conjuntamente la marca y la reputación no solo del arroz de Chihshang sino también del municipio de Chihshang. Mediante la reinterpretación de las características locales y estrategias de comercialización diversificadas, esta comunidad agrícola tradicional se ha repositionado en la actualidad como un municipio con una industria cultural creativa y dinámica.

282. Examinando distintas prácticas y medidas aplicadas a lo largo de los años, hemos llegado a la conclusión de que la cooperación público-privada ha aportado una serie de beneficios importantes a la región, en el contexto de una sólida estrategia de creación de marcas y un sistema de propiedad intelectual de apoyo. Se trata de los siguientes beneficios.

283. En primer lugar, la protección de los derechos de los agricultores mediante la lucha contra la falsificación.

284. El registro de una marca de certificación o marca colectiva organiza el comercio de mercado y brinda una garantía a los consumidores, lo que ayuda a los productores agrícolas locales a crear una marca sólida.

285. En segundo lugar, el aumento de los ingresos de los agricultores.

286. Un análisis de los ingresos obtenidos por los agricultores a partir de la marca del arroz de Chihshang muestra que el beneficio neto se ha duplicado con creces.

287. En tercer lugar, la mejora de la calidad de las cosechas.

288. Para vender sus productos a un buen precio, los agricultores hacen todo lo posible para elaborar alimentos más saludables e inoctrinos que cumplan las normas más estrictas en vigor. El resultado es que está aumentado tanto la calidad como los precios de los productos agrícolas locales.

289. En cuarto lugar, el aumento de los ingresos locales.

290. Tanto las administraciones locales como las asociaciones locales de agricultores se benefician de la creación de marcas de productos. Desde 2005, la Oficina del Municipio de Chihshang ha expedido 7,1 millones de etiquetas, que han generado más de TWD 14,2 millones de ingresos para el municipio.

291. Y en quinto lugar, el impulso de la economía rural y el turismo.

292. Existe un estrecho vínculo entre la promoción de productos de marca local y el turismo, que facilita una amplia gama de oportunidades de generación de ingresos, tales como elaboración de alimentos, experiencias de excursiones de ocio y cenas. Los estudios han mostrado que muchos turistas quieren visitar el municipio solo porque conocen el arroz de Chihshang.

293. En definitiva, la historia de éxito de Chihshang es uno de los mejores ejemplos posibles de revitalización de municipios locales.

294. Otro importante proyecto público encaminado a desarrollar las industrias locales se llama "Una Ciudad, Un Producto" (OTOP). Gestionado por la Administración de las Pequeñas y Medianas Empresas, su objetivo es ayudar a las industrias locales que tengan una imagen cultural e histórica distintiva a adoptar conceptos de innovación, creatividad y creación de marcas y a desarrollarlos en su propio beneficio.

295. Se estableció un equipo de expertos, formado por especialistas en diseño, finanzas y comercialización, para analizar las industrias locales e identificar productos distintivos en cada

municipio. El equipo ha colaborado con empresas locales para transformar productos simples en grandes reclamos.

296. Hasta la fecha, este proyecto ha conseguido contribuir a la transformación de más de 120 empresas que se dedican a actividades tradicionales, lo que impulsa la economía local y crea, al mismo tiempo, nuevas oportunidades de empleo a nivel local.

297. Por último, cabe señalar una vez más que la colaboración entre los sectores público y privado para promover la economía regional mediante estrategias de creación de marcas y de propiedad intelectual innovadoras es absolutamente esencial. Por otra parte, sigue siendo importante la manera en que el Gobierno aplique su planificación estratégica para ayudar al sector privado a hacer un mejor uso de los recursos propios para revitalizar las comunidades rurales y la industria local.

298. Esperamos con interés conocer las experiencias y medidas pertinentes de otros Miembros.

11.5 Suiza

299. La delegación de mi país quiere dar las gracias al Japón por la presentación del documento IP/C/W/653 para su examen por el Consejo. A Suiza le complace copatrocinar tanto el punto del orden del día como la comunicación por escrito.

300. En la última reunión del Consejo de los ADPIC celebrada en febrero, el Consejo examinó el papel de los Gobiernos como posibles promotores de la transferencia de conocimientos, pues ofrecen conocimientos especializados a las empresas emergentes o asignan derechos de propiedad intelectual. En esa reunión, se propuso centrarse en las industrias creativas y sus *métodos* para utilizar la propiedad intelectual. Las industrias creativas combinan la creación, producción, distribución y divulgación de productos y servicios creativos.

301. A diferencia de los sectores de alta tecnología, en los que las patentes desempeñan un papel fundamental para proteger la propiedad intelectual, el sector creativo depende también de otros derechos de propiedad intelectual, como los derechos de autor y los relacionados con los dibujos y modelos industriales y las marcas de fábrica o de comercio.³ La función colaboradora o de apoyo que preste el Estado influye en el tipo de derecho de propiedad intelectual que se emplea. En la industria creativa, son sobre todo interlocutores privados quienes crean la propiedad intelectual, a diferencia de los sectores tecnológicos en los que, en ocasiones, el sector público realiza investigaciones básicas y, posteriormente, las comparte con el sector privado, o le transfiere los derechos de su propiedad intelectual, a efectos de comercialización.⁴

302. Sin embargo, la colaboración público-privada también pueden desempeñar un papel importante en el sector creativo y de creación de marcas. Permítanme ilustrarlo con el siguiente ejemplo.

303. Inspirado por la idea de fabricar unos esquíes de estilo libre sostenibles, Hanno Schwab, un ingeniero suizo y esquiador apasionado del estilo libre, empezó a experimentar con distintos tipos de madera local. Guiado por su visión, logró inventar unos esquíes 100% sostenibles y fabricados regionalmente. Los esquíes pueden competir con marcas importantes en términos de calidad y disfrute del esquí. Tras recibir comentarios entusiastas sobre su idea de fabricar a mano esquíes sostenibles, Hanno Schwab decidió fundar su propia empresa en 2014: Earlybird Skis LLC.

304. En aquel momento, Hanno Schwab no tenía experiencia en el establecimiento o gestión de empresas. Por tanto, decidió enviar una solicitud para participar en un programa de formación individualizada del Centro Creativo Suizo.⁵ El Centro Creativo, una organización sin fines de lucro, fue fundado por la Oficina Federal de Cultura, el Consejo Suizo de las Artes, la institución Pro Helvetia

³ OMPI, 2017: *How to Make a Living in the Creative Industries*. Ginebra: OMPI.
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_cr_2017_1.pdf (consultado el 23 de abril de 2019).

⁴ Rosenzweig, J.; Roche, P.; Chishty, F.; Thompson, A.; Ahmad, F.; 2018: *How Governments Are Sparking Growth in Creative Industries*. Boston: The Boston Consulting Group, Inc. http://image-src.bcg.com/Images/BCG-How-Governments-are-Sparking-Growth-in-Creative-Industries-Mar-2018_tcm9-187340.pdf (consultado el 23 de abril de 2019).

⁵ Swiss Creative Hub: <https://archive.creativehub.ch/index.php?seite=sites/layout/engl.php&id=1> (consultado el 22 de mayo de 2019).

y el fondo Engagement Migros. Como parte del proyecto gubernamental de promoción del diseño, el Centro Creativo apoya a diseñadores suizos en el proceso de comercialización de sus productos. Este apoyo consiste en un programa de formación individualizada que abarca cuestiones como las finanzas, estrategias de comercialización, acceso a los mercados, trámites para la obtención de licencias y derechos de propiedad intelectual.

305. El Centro Creativo Suizo ofrece una plataforma en línea para exponer los productos de los diseñadores, así como oportunidades a empresarios creativos para establecer redes de contactos. Como resultado de la formación personalizada del Centro Creativo, el joven empresario decidió registrar una marca combinada ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) para el territorio de la Unión Europea y Suiza. Gracias a esta protección de la marca de fábrica o de comercio, Hanno Schwab pudo crear su propia marca y vincularla a los productos y valores de su empresa. En la actualidad, se conoce a Earlybird Skis LLC por sus esquís de alta calidad, fabricados a mano a nivel regional de forma sostenible.

306. ¿Concluyó así la historia del Sr. Schwab? En realidad, la marca tuvo que afrontar bastantes dificultades. Entre 2017 y principios del año en curso, la empresa de Hanno Schwab se enfrentó a una diferencia sobre marcas de fábrica o de comercio en la EUIPO. El dinero de la empresa se utilizó en el proceso contencioso y no en la fabricación de esquís. Durante el proceso, una segunda colaboración público-privada ayudó a Hanno Schwab a seguir fabricando esquís.

307. La institución de promoción cultural de la Confederación Suiza, Pro Helvetia, apoya y divulga la cultura y las artes del país. Pro Helvetia otorga donaciones a empresas recién creadas que les sirven para mantener su independencia financiera. Sin embargo, esta ayuda no se concede sin condiciones. Los solicitantes deben demostrar que son los titulares de los derechos del proyecto pues el organismo quiere asegurarse de que únicamente solicitan financiación los empresarios independientes. Por eso puede ser beneficioso ser el titular de un derecho de propiedad intelectual: los solicitantes pueden probar que cumplen los requisitos correspondientes si, por ejemplo, aportan pruebas de que han registrado un derecho de propiedad intelectual a su nombre.

308. Finalmente, se resolvió la diferencia jurídica. Después de largas negociaciones, las partes acordaron que Earlybird Skis LLC adquiriría la marca oponente. Ahora, Hanno Schwab puede concentrarse plenamente en utilizar su marca de fábrica o de comercio protegida como un vínculo esencial con sus consumidores y a efectos de comercialización. La marca es fundamental para ayudar a los clientes a distinguir entre los esquís de Hanno Schwab y los productos de otras empresas. De esta forma, el mercado funciona de manera más eficaz puesto que se evitan la confusión, los errores y el engaño.

309. Earlybird Skis LLC puede invertir sin riesgo en la reputación de la marca asegurando la calidad, el carácter regional y la sostenibilidad de su producto. Si un competidor intenta apropiarse de la marca de Hanno Schwab y utilizarla ilícitamente, el joven empresario puede tratar de obtener una reparación por conducto de las autoridades judiciales: una herramienta eficaz para proteger la inversión en su marca a largo plazo. Además, al igual que otros derechos de propiedad intelectual, las marcas de fábrica o de comercio son activos valiosos. Pueden servir para que las empresas recién creadas indiquen a los inversores que tienen activos interesantes. El hecho de que una empresa emergente o establecida tenga acceso a préstamos, además de poder recurrir al capital propio de la empresa, para gestionar un período improductivo o en caso de un proceso judicial puede ser crucial para la supervivencia de una empresa.

310. En la actualidad, Earlybird Skis LLC trabaja junto a un equipo de esquiadores apasionados que promocionan los productos en redes sociales. Por tanto, esta historia sí tiene un final feliz, después de todo. La conclusión que saca la delegación de mi país es que muchas empresas creativas no son conscientes de la importancia o los beneficios de salvaguardar los derechos de propiedad intelectual de su trabajo creativo. En este sentido, los Gobiernos tienen la responsabilidad de que este tipo de información esté a disposición de las empresas y las comunidades creativas. En el Instituto Federal Suizo de la Propiedad Intelectual (la oficina de propiedad intelectual de Suiza) tenemos en cuenta esta importante cuestión y redoblabamos los esfuerzos para que los innovadores y los creadores conozcan mejor los derechos de propiedad intelectual y cómo los pueden emplear para promover una empresa.

11.6 Singapur

311. También me gustaría dar las gracias al Japón por presentar el documento de debate, como complemento del debate fructífero que tuvo lugar en febrero sobre "La colaboración público-privada en materia de innovación". El documento del Japón, que trata sobre los "Enfoques innovadores en apoyo de la creación de marcas y la promoción y de las industrias creativas", es oportuno y pertinente. Contribuirá a aprovechar el debate mantenido en febrero, durante el cual muchos Miembros compartieron historias de éxito sobre la manera en que la colaboración público-privada en I+D ha contribuido a mejorar vidas, construir comunidades resilientes y crear buenos puestos de trabajo. Así pues, a Singapur le complace patrocinar el documento del Japón.

312. Puesto que en el documento se nos alienta a examinar iniciativas tanto regionales como nacionales, permítanme empezar compartiendo una iniciativa regional de la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental, más conocida como la ASEAN. En 2015, más de 40 mujeres empresarias de la ASEAN establecieron una marca de un producto regional y una plataforma de comercialización denominada "GREAT Women ASEAN Collection". Si se lo están preguntando, GREAT es el acrónimo en inglés de "Medidas Económicas con Perspectiva de Género para la Transformación de las Mujeres". Con el apoyo de los Estados Unidos, que es un asociado en el diálogo de la ASEAN, los miembros y las mujeres empresarias de la ASEAN diseñaron un enfoque y marca innovadores a nivel regional para permitir a las mujeres empresarias trabajar conjuntamente con los siguientes objetivos: a) favorecer el empleo justo y condiciones de comercio justo, b) comercializar sus productos fuera de las fronteras nacionales, y c) proteger los dibujos o modelos de sus productos de la copia y venta ilícitas.

313. A nivel nacional, permítanme compartir tres factores clave que impulsan la experiencia de Singapur de respaldo al desarrollo de estrategias de creación de marcas para las empresas locales y estrategias de gestión de la propiedad intelectual para las industrias creativas.

314. En primer lugar, aprovechamos nuestros puntos fuertes. Singapur es conocido por ser un paraíso de los *gourmets*, que tiene una arraigada cultura gastronómica y una población que se enorgullece de su paladar exigente. En resumen, a los singapurenses les encanta comer y comen bien. Por ello, la comida de calidad ha pasado a ser una dimensión esencial de la marca singapurenses que nuestras empresas pueden aprovechar para ampliar sus actividades en los mercados regional y mundial. El restaurante "Putien", que se especializa en cocina china de Heng Hwa, es una historia de éxito. Putien empezó siendo un pequeño comercio de café en Singapur en 2000 y, mediante buenas prácticas empresariales, se expandió rápidamente en el país. Para expandirse más allá del pequeño mercado singapurenses, Putien colaboró con Enterprise Singapore (ESG) para establecerse en China. Putien tiene ahora 13 sucursales en Singapur y más de 40 restaurantes en China; Hong Kong, China; Indonesia; Malasia y el Taipei Chino. También le han concedido una estrella Michelin durante tres años consecutivos (de 2016 a 2018).

315. En segundo lugar, creamos un entorno propicio. Muchas MIPYME tienen valiosos productos o servicios que compartir con el mundo, pero carecen de los recursos y la información necesarios para concebir una estrategia de creación de marcas. Así pues, los Gobiernos pueden intervenir para ofrecer los conocimientos especializados necesarios para orientar a esas empresas en la dirección correcta. En este sentido, los organismos gubernamentales de Singapur han trabajado de consuno con las asociaciones industriales y otros colectivos interesados pertinentes para elaborar recursos informativos sectoriales. Por ejemplo, la obra *Advocate for the Arts: A Legal Handbook for the Creative Industries*, que se presentó en enero de 2018 y fue elaborada y publicada por la Oficina de Servicios Pro Bono del Colegio de Abogados, con el apoyo del Congreso Nacional de Sindicatos (NTUC). Además de información sobre derechos de autor, el manual ofrece información sobre contratos, seguros, puntos básicos de las marcas de fábrica o de comercio, opciones de solución de diferencias y modelos de cláusulas contractuales.

316. En tercer lugar, procuramos mirar hacia el futuro. Teniendo en cuenta la rápida e incesante transformación digital, los sectores público y privado deben trabajar en estrecha colaboración para otear el horizonte en busca de tendencias y responder ágilmente a los nuevos retos, especialmente en materia de propiedad intelectual. En este contexto, el IP ValueLab, una filial de la Oficina de Propiedad Intelectual de Singapur (IPOS), presta servicios de consultoría para ayudar a empresas locales y a personalidades creativas con la gestión estratégica de su propiedad intelectual, incluidas las marcas. Con este tipo de apoyo público, se ha desarrollado una dinámica cultura creativa en

Singapur, como ilustra el noveno puesto en el que se clasificó Singapur en el Índice de Creatividad Mundial de 2015, compilado por el Martin Prosperity Institute.

317. Permítanme concluir señalando que las posibilidades de que el sector público pueda ayudar a las empresas y a las personalidades creativas a expandirse mediante la creación de marcas y la gestión de la propiedad intelectual son infinitas y que un intercambio de experiencias e ideas es útil para permitir a los Miembros aprender unos de otros y evitar los mismos errores.

11.7 Canadá

318. Al Canadá le complace copatrocinar el tema "Enfoques innovadores en apoyo de la creación de marcas y la promoción y de las industrias creativas", dentro del punto "Propiedad intelectual e innovación" de la reunión en curso, así como la comunicación que lo acompaña. Nos gustaría dar las gracias al Japón, en particular por haber redactado el documento de debate, que figura en el documento IP/C/W/653. También queremos agradecer a los copatrocinadores del debate y a todos los Miembros que han compartido sus experiencias nacionales y conocimientos hasta ahora.

319. En primer lugar, al Canadá le gustaría aprovechar esta oportunidad para exponer una iniciativa reciente en la que participan las industrias creativas del país: la Estrategia de Exportación Creativa.

320. Las industrias creativas del Canadá son diversas y de talla mundial. En 2017, las artes, la cultura y el patrimonio contribuyeron CAD 53.100 millones (aproximadamente USD 39.520 millones) a la economía canadiense y aportaron más de 665.000 empleos en sectores como las películas cinematográficas y de vídeo, radiodifusión, música, edición, archivos, artes escénicas, instituciones de patrimonio, festival y celebraciones. Las significativas contribuciones de estos sectores desempeñan un papel importante en la mejora de la prosperidad nacional y la demostración de una imagen positiva del Canadá en la escena internacional.

321. El Canadá cree firmemente que una sólida marca Canadá que resuene internacionalmente contribuye a la innovación y comercialización del sector creativo nacional. Por ello, en junio de 2018, el Gobierno del Canadá puso en marcha la Estrategia de Exportación Creativa, una iniciativa quinquenal polifacética centrada en maximizar el potencial exportador de las industrias creativas canadienses y promover el talento nacional en el extranjero. La inversión de CAD 125 millones (aproximadamente USD 93 millones) en un período de cinco años demuestra el compromiso del Canadá para asegurar que las industrias creativas nacionales tengan una presencia asentada en los mercados internacionales.

322. La Estrategia se organiza en torno a tres pilares: 1) impulsar la financiación de las exportaciones incluida en los programas en curso administrados por el Ministerio de Patrimonio Nacional y Telefilm Canada, una empresa estatal que rinde informe al Parlamento por conducto del Ministro de Patrimonio Nacional; 2) reforzar la presencia de las industrias creativas canadienses en el extranjero ofreciendo servicios directos a empresas mediante el Servicio de Delegados Comerciales del Ministerio de Asunto Mundiales; y 3) establecer un nuevo programa de financiación y entablar relaciones de trabajo a través de las misiones comerciales y la participación en actividades internacionales clave.

323. El nuevo programa de financiación, denominado Exportaciones Creativas del Canadá, otorga apoyo financiero a proyectos de entidades canadienses, incluido el sector privado, que promueven la innovación y la posibilidad de encontrar contenido canadiense en el extranjero. Uno de los primeros beneficiarios del programa recibió financiación para crear una exposición inmersiva que exhibirá y ampliará el alcance internacional de las industrias creativas del Canadá mediante realidad virtual, realidad aumentada y contenido de realidad mixta. Los resultados de este programa podrían proporcionar información valiosa acerca de cómo pueden colaborar los sectores público y privado para alentar la innovación.

324. En el marco de la Estrategia de Exportación Creativa, el Gobierno del Canadá también está impulsando la participación del país como invitado de honor en la Feria del Libro de Frankfurt en 2020. La participación del Canadá en este evento internacional, que es una iniciativa mundial de gran visibilidad y muy conocida, permitirá al país mostrar contenido cultural canadiense al mundo. Un principio clave que guía nuestra participación en este evento es la innovación en las industrias creativas.

325. Sabemos que algunos de los factores impulsores clave que favorecen al Canadá en el mercado mundial son su contribución a la innovación, sus ideas vanguardistas en el sector creativo y los productos de fabricación nacional. Propiciar la innovación y promover la marca Canadá internacionalmente a través de la labor increíblemente artística e imaginativa de nuestros creadores es un eje fundamental de la Estrategia de Exportación Creativa.

326. En cuanto a la cuestión de la creación de marcas, también nos gustaría presentar dos iniciativas del Canadá en esta esfera: "EduCanada" y "Marca Canadá".

327. En 2016, el Canadá dio a conocer su nueva marca en la esfera de la enseñanza (EduCanada), como parte de los esfuerzos por atraer a más estudiantes internacionales a las escuelas canadienses. La marca EduCanada proporciona un mensaje único, sólido y coherente para promocionar las oportunidades educativas del Canadá. El logotipo de EduCanada se ha exhibido en un lugar destacado en las actividades de promoción educativa del Servicio de Delegados Comerciales del Canadá y en materiales de creación de marcas elaborados por el Ministerio de Asuntos Mundiales del Canadá, así como en las provincias y territorios, universidades, centros de formación superior, colegios de enseñanza general y profesional (CEGEP), escuelas de idiomas e instituciones educativas desde la guardería hasta el grado 12. Al mismo tiempo, para apoyar la eficacia de la marca, el Canadá ha registrado el logotipo de EduCanada como marca, tanto nacional como internacionalmente.

328. Por otra parte, en 2006 se puso en marcha la iniciativa "Marca Canadá" en el marco de la Estrategia de Alimentación y Agricultura del Canadá para promocionar los alimentos y los productos agropecuarios del país y contribuir a motivar a los compradores a abastecerse en el Canadá. La introducción de la Marca Canadá se basó en investigaciones sobre compradores y consumidores realizadas en varios mercados, que ilustraron sistemáticamente la reputación del Canadá en el extranjero. Sin embargo, estas investigaciones también revelaron que los clientes potenciales en los mercados internacionales tenían pocos conocimientos sobre los alimentos y los productos agropecuarios canadienses.

329. Aparte de estas investigaciones, se empezó a trabajar en la Marca Canadá en 2004, una labor que supuso la cooperación entre los Gobiernos provinciales, territoriales y federal del Canadá y representantes de la industria. La estrategia de la Marca Canadá está diseñada para comunicar un conjunto específico de atributos clave que se deberían atribuir idealmente al sector de la agricultura y la alimentación del Canadá, como la calidad, el compromiso con la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad ambiental, y la atención al cliente. En el marco de la iniciativa también se adopta un enfoque de "arquitectura de marca", que organiza los atributos del sector de la agricultura y la alimentación a nivel pancanadiense. Por ejemplo, se incluye el medio ambiente del Canadá en los mensajes del sector.

330. La Marca Canadá se puso en marcha oficialmente en 2006 con un proceso de solicitud para la inscripción de miembros. Mediante esta iniciativa, el Ministerio de Agricultura y Agroalimentación del Canadá ofrece un conjunto de herramientas gratuitas para respaldar las actividades de comercialización del sector, entre las que se incluyen elementos gráficos y logotipos que se pueden utilizar en materiales de comercialización de asociaciones o empresas o en etiquetas. La Marca Canadá se dirige a empresas; asociaciones industriales; Gobiernos a nivel federal, provincial y territorial; el mundo académico y otras entidades canadienses que cumplen una función en la comercialización y promoción de alimentos y productos agropecuarios canadienses. Para respaldar la concesión de licencias de marca a entidades canadienses que participan en las actividades de producción, promoción o apoyo de estos productos, el Canadá consiguió que se otorgase la protección al logotipo de la Marca Canadá en virtud de la Ley de Marcas de Fábrica o de Comercio del Canadá.

331. Para concluir, al Canadá le gustaría agradecer a los copatrocinadores por el debate sobre la importante cuestión de los enfoques innovadores en apoyo de la creación de marcas y la promoción y de las industrias creativas. Nos gustaría dar las gracias de nuevo a todos los Miembros por compartir sus ideas y por la oportunidad de exponer las experiencias del Canadá.

11.8 Chile

332. Quisiéramos agradecer a los proponentes de este punto del orden del día por darnos esta oportunidad de compartir algunas de las iniciativas de trabajo conjunto entre los sectores público y privado.

333. En primer lugar, nos referimos al programa de marcas sectoriales liderado por ProChile, la institución encargada de la promoción de la oferta exportable de productos y servicios chilenos.⁶

Marcas sectoriales

334. El programa Marcas Sectoriales es una colaboración público-privada cuyo objetivo es contribuir a los sectores productivos nacionales a fortalecer su posicionamiento internacional por medio del diseño y la puesta en marcha de marcas sectoriales que sean representativas de los distintos sectores productivos nacionales que contribuyen a la imagen de Chile en el extranjero.

335. Así, las marcas sectoriales buscan salir al mundo bajo una marca que una a diferentes compañías del mismo sector bajo estrategias y tácticas comunes.

336. Entre los atributivos de las marcas sectoriales podemos contar: contribuir a la diferenciación y fomentar el asociacionismo de los sectores productivos, lo que fomenta las economías de escala, que a su vez contribuye a la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas quienes, al verse asociadas con una marca sectorial, mejoran la identificación y recuerdo de sus productos y servicios.

337. Las marcas sectoriales se benefician de su disponibilidad durante todo el año, la activa participación de las entidades que representan a los productos característicos, cofinanciamiento que puede llegar hasta el 60% y el diseño y puesta en marcha de campañas que pueden durar hasta 24 meses.

El papel de la propiedad intelectual en las marcas sectoriales

338. Por medio del desarrollo de marcas colectivas o de certificación, ProChile colabora en la elaboración del manual de regulación y uso de la marca y ofrece servicios de asesoría en el proceso de registro.

339. Estas son algunas de las marcas sectoriales creadas como marcas colectivas y marcas de certificación.

340. Asimismo, aquí se pueden ver algunas de las marcas sectoriales divididas por distintos sectores productivos.

341. Finalmente, una muestra de las marcas sectoriales y su presencia.

Sello de origen

342. Otras de las iniciativas de colaboración público-privada es el programa Sello de Origen liderado por el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) de Chile. Se trata de una iniciativa que tiene por objeto la promoción, preservación, protección y desarrollo de productos tradicionales y únicos de Chile.

343. El programa Sello de Origen utiliza diferentes herramientas de propiedad intelectual, incluidas indicaciones geográficas, denominaciones de origen y marcas colectivas y de certificación. El programa ya ha incorporado 32 productos y tiene dos solicitudes pendientes. Se incluyen productos de distintas clases, tales como artesanía, textiles, frutas, pescado y sal.

344. Finalmente, quisiéramos dejarlos con el caso de la alfarería de Quinchamalí.

⁶ La presentación en PowerPoint está disponible en el documento de sala RD/IP/33.

11.9 Unión Europea

345. La UE y sus miembros tienen un largo historial de utilización de la creación de marcas y la promoción en las industrias creativas, así como de otros derechos de propiedad intelectual que tienen un vínculo particular con regiones concretas.

346. En relación con las industrias creativas, el Programa Europa Creativa-MEDIA desempeña una función clave de respaldo del sector audiovisual mediante el desarrollo, la promoción y la distribución de miles de películas cinematográficas y series para televisión, así como de apoyo a programas de formación, festivales de cine, redes de cines o plataformas de distribución. Desde su puesta en marcha en 1991, el programa MEDIA ha respaldado la transformación continua del sector audiovisual y fomentado la colaboración creativa transfronteriza apoyando regiones individuales en Europa. En el marco de este programa se han invertido EUR 2.600 millones en contenido, creatividad y diversidad cultural europeos y se ha contribuido al desarrollo de miles de películas cinematográficas y a su distribución y promoción internacionales. Se han forjado vínculos entre profesionales y se ha impartido formación de alta calidad a miles de productores, directores y guionistas. Todos los años se presta apoyo a aproximadamente 2.000 proyectos europeos cinematográficos y de televisión, incluidas series y otras obras audiovisuales, que se distribuyen en cines, en televisión y mediante plataformas de vídeo a demanda.

347. El núcleo del programa es respaldar la colaboración transfronteriza en Europa, entre los países que participan en el programa MEDIA, pero también entre otros países. La participación en el programa no se limita a la UE, sino que incluye a Noruega, Islandia, Albania, Bosnia y Herzegovina, Montenegro, la República de Macedonia del Norte, Serbia y Túnez.

348. Los miembros de la UE tienen muchos programas adicionales, como el Programa de Agrupaciones de Industrias Creativas, del Reino Unido, que reúne a profesionales de la investigación de talla mundial con empresas y organizaciones de todo el país.

349. Asimismo, en la UE, el sector del turismo en una esfera en la que obviamente la creación de marcas y la promoción de productos y servicios locales tienen una importancia significativa. La Comisión Europea cofinancia proyectos relacionados con el turismo y las industrias culturales y creativas en el marco del Programa para la Competitividad de las Empresas y para las Pequeñas y Medianas Empresas (COSME). En 2017 y 2018 se publicaron dos convocatorias de propuestas sobre las sinergias entre el turismo y las industrias culturales y creativas. En la primera convocatoria se aceptaron seis proyectos, en los que participaron 46 beneficiarios de 20 países, para desarrollar y promover productos turísticos transnacionales, como rutas, itinerarios u ofertas turísticas, vinculados específicamente con el patrimonio cultural europeo y centrados en el uso de tecnologías relacionadas con las industrias culturales y creativas para promover estos productos turísticos y mejorar la experiencia de los visitantes. Además, en la segunda convocatoria se aceptaron siete proyectos, en los que participan 54 beneficiarios de 18 países, en cuyo marco se diseñarán ofertas turísticas basadas en el potencial creativo de las industrias culturales y creativas y se desarrollarán servicios y productos innovadores para mejorar las actuales experiencias turísticas o desarrollar experiencias nuevas. La ejecución de los proyectos seleccionados se prolongará hasta 2021.

350. En el marco del COSME también se facilitan los medios necesarios para emprender acciones específicas destinadas a las industrias culturales y creativas. El Proyecto de Asociación WORTH apoya la colaboración entre pymes y empresas emergentes, profesionales creativos y proveedores tecnológicos con el objetivo de desarrollar nuevos productos, servicios y modelos de negocio. Los objetivos de la Unión Europea con esta iniciativa son los siguientes:

- a. promover el diseño y la creatividad como impulsores de la innovación;
- b. ayudar a las pymes y a los profesionales creativos a compartir conocimientos y competencias;
- c. apoyar la transferencia de conocimientos y competencias entre las distintas regiones de Europa;
- d. respaldar los conocimientos especializados y las competencias artesanales europeos a nivel local y transnacional; y

- e. modernizar y crear productos/servicios de gran valor añadido.

351. A finales de 2021, el Proyecto de Asociación WORTH habrá prestado distintos tipos de apoyo a 150 asociaciones, por ejemplo, financiación (EUR 10.000 por asociación), asesoramiento jurídico sobre cuestiones relacionadas con los derechos de propiedad intelectual, asesoramiento empresarial (por ejemplo, análisis de mercado, planificación empresarial), formación individualizada (por ejemplo, conceptos de diseño y preparación de muestras comerciales).

352. Por último, el reconocimiento y fomento del valor de los productos locales mediante una estrategia singular de creación de marcas y promoción en el ámbito internacional, nacional y regional también pueden considerarse importantes para determinados sectores de uso intensivo de la propiedad intelectual en zonas rurales. El desarrollo y promoción de productos o servicios especiales y únicos protegidos por derechos de propiedad intelectual que únicamente se produzcan o presten en una zona geográfica específica aumentan el turismo y la reputación y exportaciones de las regiones. En último término, impulsan la economía local.

353. Así, la UE y sus miembros tienen una importante política de promoción agroalimentaria que también incluye las indicaciones geográficas. Las medidas de promoción tienen por objeto sensibilizar a los consumidores sobre los méritos de los productos y métodos de producción agropecuarios y que se conozca y reconozca más la calidad de estos productos locales y regionales. Además de los programas de promoción, la UE realiza actividades como participar en ferias internacionales, diseñar campañas de comunicación u organizar seminarios sobre las exportaciones. Estas campañas de promoción crean una plataforma para intercambiar información con un público muy diverso y, sobre todo, actúan a modo de "tarjeta de presentación" de las regiones europeas en los mercados extranjeros.

354. Por supuesto, muchos miembros de la UE promocionan productos locales y regionales específicamente. Por ejemplo, el organismo administrativo que se encarga de gestionar las etiquetas de calidad en Francia ha realizado campañas educativas muy innovadoras. Se utilizan los productos locales y regionales para promover tanto el territorio de procedencia del producto como las actividades turísticas relacionadas. En Italia, el Gobierno presta apoyo financiero a los consorcios regionales nacionales que hacen frente a impugnaciones jurídicas. Por su parte, el Gobierno del Reino Unido promociona las especialidades regionales, en colaboración con varios asociados clave del sector privado, mediante la campaña "Food is GREAT".

355. La elaboración de políticas sobre propiedad intelectual debería propiciar que las comunidades locales de todos los niveles de desarrollo reconozcan y comercialicen la producción de conocimientos propios. De esta manera, la remuneración económica por la producción cultural será una fuente de ingresos importante y un estímulo para el desarrollo en la era del conocimiento.

356. Los productos y servicios con vínculos regionales habilitan a las comunidades locales a comercializar productos y servicios propios mediante la creación de mercados para esos respetados productos y servicios y que, con ello, se reconozcan y refuercen las contribuciones culturales y se recompense la creatividad de los titulares de conocimientos tradicionales y creativos. Pueden formar parte de una estrategia de desarrollo regional fructífera en países de todos los niveles de desarrollo económico.

11.10 Corea, República de

357. Como patrocinador del punto del orden del día sobre propiedad intelectual e innovación, a Corea le complace tener la ocasión de comunicar algunas de las experiencias del sector público que en efecto contribuyen a que las empresas creativas prosperen mediante el desarrollo y la protección de la propiedad intelectual.

358. El Gobierno de Corea ha desplegado enormes esfuerzos para impulsar las industrias creativas, que en nuestro país se suelen denominar "industrias de contenidos". Lo hemos hecho de manera integral, de tal forma que los esfuerzos han abarcado el cine, la música y la radiodifusión.

359. El objetivo general del apoyo del Gobierno es ayudar a las industrias de contenidos a aprovechar plenamente su ventaja competitiva y desarrollar todas sus posibilidades mediante el establecimiento y utilización de derechos de propiedad intelectual, en particular, el derecho de autor.

Este objetivo abarca el refuerzo de la capacidad en materia de propiedad intelectual, la protección de la propiedad intelectual y la expansión de las operaciones comerciales para llegar a los mercados mundiales.

360. De hecho, las actividades en este sentido se basan en esos tres pilares básicos. En primer lugar, el Gobierno ha contribuido a reforzar la capacidad de las empresas creativas en materia de propiedad intelectual, especialmente de las pequeñas empresas. Se considera que los derechos de propiedad intelectual son uno de los elementos fundamentales que pueden ayudar a las pequeñas empresas de contenidos a lograr grandes avances. El Ministerio de Cultura, junto con la Comisión del Derecho de Autor de Corea, les ofrece servicios especializados de consultoría sobre características clave de la propiedad intelectual, así como conocimientos expertos acerca de cómo establecer y utilizar la propiedad intelectual, incluida la gestión de marcas.

361. En segundo lugar, la protección de la propiedad intelectual de esas industrias creativas representa otro pilar importante de las actividades del sector público. El Organismo de Protección del Derecho de Autor de Corea gestiona un servicio de asistencia que se ocupa de los casos de infracción de la propiedad intelectual de las industrias creativas coreanas, detectados tanto en línea como fuera de línea, y a menudo actúa a petición de esas empresas. El servicio de asistencia también hace un seguimiento en tiempo real de los posibles casos de infracción.

362. Por último, pero no por ello menos importante, puesto que en la actualidad cada vez más industrias de contenidos coreanas venden en todo el mundo, el sector público está facilitando el acceso de las "empresas creativas" a los mercados extranjeros ofreciendo distinta información sobre los mercados, incluidos los canales de distribución y los sistemas jurídicos. Además, el Gobierno de Corea ha intensificado sus esfuerzos para afrontar distintas formas de infracción del derecho de autor en el extranjero de una amplia variedad de industrias de contenidos. El Gobierno ha hecho todo lo posible para establecer un sistema colaborativo para abordar distintas cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual, en estrecha colaboración con el gobierno extranjero del país en el que se haya producido la infracción.

363. Quisiera exponer un ejemplo de una pequeña empresa que, mediante el establecimiento del derecho de autor, ha conseguido aprovechar realmente su potencial. "Arima Corporation", una pequeña empresa de producción de animación, ha podido capitalizar sus derechos de propiedad intelectual con la ayuda de los servicios de consultoría prestados por la Comisión del Derecho de Autor de Corea. Al lograr una ventaja competitiva, esta empresa ha ampliado sus actividades a China y ha exportado contenido de animación en inglés a numerosos organismos, incluida la Red de Radiodifusión de China.

364. Sobre la base de experiencias como esa, el Gobierno seguirá trabajando decididamente para impulsar la creatividad y la ventaja competitiva de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) mediante el establecimiento de propiedad intelectual.

11.11 Benin, en nombre del Grupo de PMA

365. El Grupo de PMA agradece a los coautores del documento IP/C/W/653/Add.1, que plantea una serie de cuestiones importantes.

366. El Grupo está interesado en determinados aspectos de dicha comunicación, aunque no se encuentra en situación de comentarla en esta reunión, sino que volverá a ella más adelante y formulará las recomendaciones orientadas a la acción que estime oportunas.

11.12 Ucrania

367. Agradecemos a los copatrocinadores que hayan incluido el asunto de la colaboración público-privada en materia de innovación en el orden del día de la reunión y en la comunicación que se distribuyó previamente, así como sus ilustrativas presentaciones.

368. A fin de contribuir al debate, Ucrania también desea poner en común su experiencia en la cooperación público-privada en el sector de las industrias creativas.

369. Creemos que la protección de los derechos de propiedad intelectual para los productos creativos es uno de los objetivos estratégicos en la senda hacia el desarrollo de las industrias creativas en Ucrania. En este sentido, el Gobierno ucraniano sigue adoptando las medidas necesarias para mejorar el entorno jurídico y empresarial de modo que facilite el crecimiento de las industrias creativas dentro del país. Gracias a ello, en 2018 Ucrania ascendió al puesto 43 de los 126 países del Índice Mundial de Innovación, en comparación con el puesto 56 que ocupaba en 2016.

370. En 2017 se puso en marcha la iniciativa "Creative Ukraine" para promover una cooperación más efectiva entre el Estado, la sociedad civil y las empresas creativas. El foro internacional "Creative Ukraine" es una plataforma para el debate político y técnico sobre el desarrollo de las políticas estatales en la esfera de las industrias culturales y creativas, cuyo objetivo es reforzar la cooperación público-privada a nivel nacional y regional.

371. En noviembre de 2018 se celebró el II Foro Internacional Anual "Creative Ukraine", organizado por el Ministerio de Cultura de Ucrania, en el que se dieron cita expertos internacionales y políticos europeos del campo de la economía creativa para analizar cómo aunar los esfuerzos de los poderes públicos, del sector privado y de la comunidad a fin de configurar la política nacional en el sector de las industrias creativas.

372. Los debates del Foro de 2019 se centrarán en cómo allanar aún más la integración de Ucrania en el mercado único digital de la UE en el contexto de los derechos de propiedad intelectual generados por las industrias creativas.

373. Teniendo en cuenta las últimas tendencias en políticas culturales, en particular de digitalización, descentralización, movilidad, urbanización e inclusividad, Ucrania concibe las tecnologías modernas como un instrumento que ofrece un acceso equitativo a la cultura, promueve el desarrollo de las formas creativas de autoexpresión, permite internacionalizar productos creativos y simplifica las condiciones de protección de los derechos de propiedad intelectual.

374. Ucrania manifiesta su deseo de continuar debatiendo esta cuestión y aprendiendo de la experiencia de los demás Miembros.

11.13 Colombia

375. Deseo presentar a todos los Miembros la iniciativa colombiana de fomento de las industrias creativas como importante impulsor de nuestra economía.

376. En los últimos 20 años, la concepción de las industrias culturales y creativas como vehículo del desarrollo económico y social ha cobrado cada vez más fuerza en el país. Como antecedentes de este interés creciente, cabe mencionar los estudios pioneros realizados por el Ministerio de Cultura, junto con diversas entidades de los sectores público y privado y la universidad, en el marco de la iniciativa de economía y cultura (por ejemplo: "Mapeo de industrias creativas de Bogotá y Soacha", "Impacto económico de las industrias culturales en Colombia" y "Futuro económico y cultural de la industria discográfica", entre otros).

377. De la misma manera, el proceso de la Agenda Interna para el Sector Cultura, Medios y Publicidad y el documento 2659 de 2010 del Consejo de Política Económica y Social (CONPES), titulado "Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia", han permitido reconocer las principales necesidades del sector (distribución, financiación, capital humano, promoción, utilización de nuevas tecnologías y desarrollo local, entre otras) y definir una política general pública para aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales.

378. Otro factor reseñable son las leyes de promoción sectorial promulgadas en el país, de las que fue precursora la Ley 98 de 1993 (Ley del Libro), responsable de la buena salud del sector editorial colombiano. Asimismo, la Ley 814 de 2003 y la Ley 1556 de 2012 crearon una contribución parafiscal y un incentivo tributario a la inversión privada en películas nacionales y establecieron una estructura legal adecuada para la producción de obras cinematográficas extranjeras en el país. Por último, la Ley 1493 de 2011 introduce medidas para estimular y formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas y el desarrollo de su infraestructura.

379. Por otro lado, gracias a los logros conseguidos, el Gobierno actual ha estado trabajando en el diseño y la implantación de un enfoque sistémico y articulado que propicie el fortalecimiento integral de las industrias culturales y creativas en el país. Como primera referencia para comprender el trabajo que viene realizando el Gobierno en torno a las actividades creativas y culturales es la Ley 1834 de 2017 (más conocida como "Ley Naranja"), cuyo objetivo principal es incentivar y proteger las industrias creativas en el país por medio de siete líneas estratégicas (información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración) que responden a los principales desafíos de los emprendedores de la economía naranja.

380. Según la Ley Naranja, las industrias creativas comprenden los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, así como aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. También comprenden, de forma genérica y no limitativa, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

381. En respuesta a las acciones propuestas en esta Ley, nuestro Gobierno ha creado el Consejo Nacional de la Economía Naranja, conformado por el Ministerio de Cultura, el Ministerio del Interior, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, el Ministerio del Trabajo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Educación Nacional, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, el Departamento Nacional de Planeación (DNP), el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA) y la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter).

382. Dicho Consejo, presidido por el Ministerio de Cultura, está sentando las bases de la Política Naranja, con los mismos componentes y principios dispuestos en la Ley 1834 de 2017 (las siete *i*). Cabe señalar que la Política reconoce la diversidad de agentes del sector (creadores comunitarios y organizaciones sin ánimo de lucro, emprendedores emergentes, emprendedores consolidados y gran empresa) y que se está construyendo mediante un trabajo articulado entre los distintos organismos estatales. En este momento, el Consejo ha conseguido involucrar a más de 30 de ellos y a cerca de 30 entidades del sector privado y el dominio territorial.

383. De la misma forma, por primera vez la cultura y la creatividad ocupan un lugar estratégico en el Plan Nacional de Desarrollo, gracias al "Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja", que condensa una serie de acciones pensadas para el desarrollo y la consolidación de los sectores creativos, centradas en la generación de información, el fortalecimiento del entorno institucional, el desarrollo de las industrias creativas, la generación de infraestructura, la integración de la economía naranja en los mercados internacionales y otros sectores productivos, la inclusión del capital humano y la promoción de la propiedad intelectual como apoyo de la inspiración creativa (las siete *i*). Este plan, estructurado bajo las directrices del Consejo Nacional de la Economía Naranja, se ha fijado unos objetivos ambiciosos para el quinquenio 2018-2022, entre los que destacan los siguientes:

- a. incrementar en USD 1.000 millones las exportaciones de la economía naranja;
- b. incrementar en USD 200 millones las inversiones extranjeras directas en la economía naranja;
- c. activar las cinco "áreas de desarrollo naranja" (ADN), espacios geográficos delimitados de actividad económica en los que se incentivará la identidad y la vocación creativa de las comunidades, convergerán inversiones privadas nacionales e internacionales y se generará una masa crítica de industrias y personas creativas e innovadoras.

384. De la misma manera, conviene señalar que la acción del Consejo Nacional de la Economía Naranja está prevista como una política de "Estado naranja" a largo plazo, es decir, que trascienda al Gobierno actual y que también incida en el desarrollo económico mediante el fortalecimiento en el tiempo de una iniciativa de amplio alcance para la economía cultural y creativa.

385. La última iniciativa que me gustaría presentar la dirige la agencia estatal que también apoya las iniciativas de emprendimiento -iNNpula Colombia-, en colaboración con otros entes públicos, y está pensada para avanzar en el diseño de instrumentos que respalden el emprendimiento y las empresas de la economía naranja. Entre los principales objetivos para 2019 podemos mencionar los siguientes:

- Aldea Naranja: A través de una serie de "retos", este programa busca construir una comunidad donde empresarios y emprendedores innovadores tengan la oportunidad de conocerse e interactuar con mentores y asesores que les ayudarán a superar las barreras más difíciles para poder crecer. Los emprendedores podrán acceder a servicios especializados a la medida de sus necesidades y al alcance de su modelo de negocio y tendrán la oportunidad de recibir apoyo dirigido a identificar sus necesidades de financiación y las fuentes de recursos más apropiadas.
- Capital Naranja: Se trata de un fondo para apoyar a los emprendedores de la economía naranja mediante la concesión de recursos no reembolsables para financiar su propio plan de crecimiento.
- Mega-i Naranja: Programa dirigido a empresas del sector naranja para que puedan desarrollar, mediante el emprendimiento corporativo, nuevos modelos de negocio que generen nuevas fuentes de ingresos para la empresa.
- Hojas de Ruta Naranja: Programa para mapear las apuestas productivas regionales en relación con la economía naranja e identificar los segmentos de negocio en los que deben competir.
- Emprendetón Naranja: Actividad para transferir herramientas de aceleración empresarial para el sector cultural y creativo en favor del crecimiento sostenible.
- Ruta Naranja: Ofrece un programa de 12 meses de orientación a las empresas naranja y financiación al término del proceso para que puedan crecer y acelerar.

386. Como colofón, quisiéramos expresar nuestro apoyo a que sigan compartiéndose las experiencias de los Miembros de la OMC, a fin de reforzar las políticas públicas relacionadas con la economía naranja.

11.14 Noruega

387. Noruega agradece a los patrocinadores del documento IP/C/W/653 y al Japón por presentarlo.

388. Convenimos en que los Gobiernos y el sector público están llamados a apoyar al sector privado con políticas en materia de innovación que incluyan estrategias de creación de marcas y de promoción. Nuestra agencia de desarrollo nacional (Innovation Norway) ofrece un amplio sistema de asistencia a las empresas, con herramientas de protección de derechos de propiedad intelectual y promoción, entre otros servicios de asesoría.

389. Permítanme, no obstante, que me centre en las industrias creativas. Desde 2017, el Gobierno de Noruega ha redoblado su apoyo a las industrias culturales y creativas. Los organismos públicos pertinentes, como el Consejo de las Artes de Noruega, Innovation Norway y la red Norwegian Arts Abroad llevan a cabo misiones específicas en este sentido, cuyo objetivo es apuntalar la noción de cultura como negocio, fortalecer las cadenas de valor en todos los rincones del país y estimular la inversión y la contratación de bienes y servicios de carácter artístico-cultural, además de aumentar las exportaciones.

390. El cometido del Consejo de las Artes de Noruega es afianzar un entorno propicio para los artistas intérpretes y creativos y fomentar proyectos que permitan probar nuevos métodos y esquemas comerciales, así como modelos eficientes de obtención de ingresos e información a los clientes, con hincapié en el mercado digital.

391. Innovation Norway trabaja especialmente con empresas de las industrias creativas que tienen potencial de crecimiento, para facilitarles el acceso a la financiación y la competencia que les

permitan emprender. El objetivo es incrementar la inversión nacional en bienes y servicios de tipo artístico y cultural, incluidos los derechos de propiedad intelectual. Innovation Norway también ofrece programas de fomento de las exportaciones para sectores culturales concretos como los videojuegos, la arquitectura, la literatura y la música.

392. Por último, quisiera subrayar que la función de los derechos de propiedad intelectual en la creación de valor es fundamental para las políticas que he mencionado. El pasado mes de noviembre, nuestro Gobierno publicó un libro blanco sobre la cultura, destinado a nuestro parlamento (el Storting) y titulado *The Power of Culture*. Uno de los resultados esperados es la aplicación de una estrategia nacional de valores de propiedad intelectual, con miras a que se invierta más en la creación, el afianzamiento y el despliegue de los derechos y valores de propiedad intelectual.

11.15 Federación de Rusia

393. La Federación de Rusia agradece a todos los copatrocinadores que hayan incluido este punto en el orden del día.

394. Nuestra delegación cree firmemente que las estrategias inteligentes de creación de marcas regionales ejercen una influencia positiva en la economía regional y nacional, además de favorecer el patrimonio cultural.

395. En Rusia, las marcas regionales se entienden como distintivos que acompañan a los productos locales procedentes de determinadas regiones de la Federación. Las marcas indican el territorio de origen, lo cual determina las características y rasgos definitorios del producto.

396. Concretamente, las denominaciones de origen (DO) se utilizan para certificar la procedencia y recalcar las particularidades del producto procedente de dicha región. El uso de las DO como marcas regionales confiere visibilidad a las respectivas regiones y promueve su patrimonio natural y cultural. En última instancia, sirven para atraer inversiones y turismo y en general mejoran su economía. Por tanto, la política general pública de la región puede incluir una estrategia efectiva de marca.

397. En la práctica, sin embargo, es más habitual que los productos locales se comercialicen con marcas comerciales (incluidas las de tipo colectivo) registradas en la Oficina de Propiedad Intelectual de la Federación. Dichas marcas comerciales a menudo contienen elementos alusivos a las regiones de origen, algunos de los cuales recuerdan las DO. Esto es así porque los trámites de registro de las DO son más complicados que los de las marcas comerciales.

398. En los últimos años, el Organismo de Patentes de Rusia (Rospatent) ha realizado una labor divulgativa importante para fomentar el uso de las DO por parte de los productores regionales, a fin de proteger los productos locales tradicionales que posean características singulares. Concretamente, Rospatent organiza talleres dedicados al registro de DO en varias regiones de la Federación de Rusia, elabora guías y manuales sobre este tema y periódicamente publica en su sitio web información sobre marcas regionales reconocidas.

399. Dichas actividades ya han cosechado algunos resultados positivos. En 2018 han aumentado espectacularmente las solicitudes de DO presentadas, que son un 78% más que las de 2017. En este momento hay más de 200 DO registradas en la Federación de Rusia, de las cuales más de 160 corresponden a marcas nacionales. Sin embargo, sigue siendo una cifra relativamente pequeña si se compara, por ejemplo, con las más de 3.000 indicaciones geográficas que hay registradas en la UE.

400. En el futuro, teniendo en cuenta las mejores prácticas de muchas oficinas de propiedad intelectual de otros países, Rospatent tiene previsto editar folletos promocionales sobre marcas regionales con reseñas históricas de los productos locales.

401. A fin de mejorar la situación, en este momento se están redactando modificaciones legislativas para añadir las indicaciones geográficas a la lista de derechos de propiedad intelectual reconocidos por la legislación rusa. A diferencia de las DO, las indicaciones geográficas estarían sometidas a un trámite de registro más sencillo, mientras que ofrecerían el mismo nivel de protección.

402. Pese a todo, no es preciso excluir las DO de los derechos de propiedad intelectual protegidos en virtud de la legislación rusa. Las DO son la medida más adecuada para proteger los productos tradicionales. Además, el uso de ambos mecanismos (DO e indicaciones geográficas) es acorde con las tendencias internacionales generales en la esfera de la propiedad intelectual. Por ejemplo, esta tendencia se refleja en el Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa y es compatible, además, con el Acuerdo sobre los ADPIC.

11.16 México

403. México manifiesta su agradecimiento a los patrocinadores del presente punto del orden del día, que representa una gran oportunidad para intercambiar experiencias y opiniones.

404. La delegación de México ve con beneplácito la propuesta contenida en el documento IP/C/W/653 ya que, entre otros aspectos, utiliza en su concepto más amplio el término "innovación", dándole un alcance real sin limitarlo solamente a la invención. Esta propuesta es incluyente para diferentes sectores de la población y visualiza a la innovación no solo como algo de alto valor tecnológico, sino que la considera como un elemento esencial para promover un enfoque regional, local y rural, aplicable a todos los países, independientemente de su nivel de desarrollo. Representa un avance al vincular la promoción con la creatividad, lo que fomenta el desarrollo regional como efecto colateral.

405. En esta ocasión deseamos compartir la experiencia de México en cuanto a la protección de los derechos de propiedad intelectual, que ha funcionado como un motor de desarrollo en las comunidades rurales y en la industria creativa, logrando un efecto positivo en la economía local a través de la comercialización de productos y servicios.

406. Existen varios ejemplos en México, aunque hoy resaltamos dos de ellos: el primero, una marca colectiva con afecta a una comunidad rural, indígena, principalmente compuesta por mujeres y, el otro, una marca que incluye distintos aspectos de la industria del cine.

407. La marca colectiva, denominada "Tenangos Bordados de Hidalgo", fue registrada por una asociación de artesanas y artesanos de la región otomí-tepehua, comunidad indígena del estado de Hidalgo, cuyos miembros consideraban que necesitaban protección jurídica para sus creaciones, ya que sus productos cada vez cobraban más notoriedad internacional.

408. Los "tenangos" son bordados multicolores con diseños de pájaros, flores, frutos, animales y algunas escenas bucólicas que son plasmadas sobre mantas de algodón, manteles, prendas de vestir y accesorios.

409. La presentación de la solicitud de registro de marca colectiva fue posible gracias al apoyo del Gobierno del estado de Hidalgo. La asociación artesanal diseñaría la marca e iniciaría el trámite para obtener su registro.

410. Esta marca colectiva ha beneficiado en gran medida a los artesanos y artesanas de tenangos, al tiempo que ha permitido un comercio justo, así como la preservación de sus creaciones y tradiciones. También representa un beneficio para los consumidores, que al comprar los tenangos tienen la seguridad de que dichos bordados han sido realizados por personas de la región y están sujetos a ciertas normas de calidad.

411. El segundo ejemplo es la marca denominada "Festival Internacional de Cine de Morelia", que ampara la realización de un festival cinematográfico de reconocimiento mundial desde 2003 en la ciudad de Morelia, capital del estado de Michoacán.

412. Este Festival promueve a los nuevos talentos del cine nacional y contribuye al fomento de las actividades culturales y turísticas del estado de Michoacán. Es organizado por una asociación civil sin fines de lucro que recibe financiamiento de instituciones públicas y privadas. Sus principales promotores son la cadena de cine Cinépolis, el Gobierno del estado de Michoacán, y la Secretaría de Cultura del Gobierno de México, entre otros actores de la sociedad civil.

413. Durante octubre de cada año, la ciudad de Morelia se vuelve un destino turístico importante que atrae a nacionales y extranjeros a disfrutar de la ciudad y del Festival, contribuyendo al fomento

de las actividades culturales y económicas de la región. Durante poco más de 15 años, este Festival ha demostrado que existe un vínculo entre la promoción de productos y servicios a través de los derechos de propiedad intelectual y el desarrollo del estado de Michoacán.

11.17 China

414. China da las gracias a Australia, el Canadá, Chile, Corea, los Estados Unidos de América, el Japón, Suiza, el Taipei Chino, Singapur y la Unión Europea por presentar este documento.

415. China destaca el importante papel que desempeña la innovación y la protección de la propiedad intelectual en la promoción de una nueva economía y el mantenimiento de un entorno favorable a las empresas.

416. Para alentar la innovación y la creatividad, las entidades públicas de China han adoptado una serie de medidas para ayudar a los innovadores a dar a conocer la protección de los derechos de propiedad intelectual y mejorar la capacidad de gestionar estos derechos.

417. En 2013, la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China, junto con las autoridades y organismos gubernamentales competentes, promulgó la Norma de Gestión de la Propiedad Intelectual para Empresas. No es una norma de obligado cumplimiento y ofrece sugerencias detalladas sobre la gestión de la propiedad intelectual por parte de las empresas, sobre todo, las pymes. La norma abarca casi todos los aspectos conexos, incluidos la creación de un sistema de propiedad intelectual y del organismo correspondiente, formación del personal, régimen de transferencia de los derechos de propiedad intelectual, control de los contratos de licencia, evaluación de riesgos de I+D, etc. Según un estudio realizado por la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China, en la mayoría de los casos, las empresas que cumplen las normas aplican una gestión modernizada de la propiedad intelectual, generan más ideas y mejoran en gran medida la protección y las capacidades de utilización de la propiedad intelectual.

418. Para contribuir al reconocimiento de las marcas agrícolas por parte de los consumidores, el Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales, en colaboración con las autoridades y organismos gubernamentales competentes, realizó una serie de documentales denominada "Tastes of China" (sabores de China). Se seleccionaron productos agrícolas con características chinas del registro de indicaciones geográficas de productos agrícolas. En los documentales no solo se presentaban los alimentos, sino que también se exponían la geografía, la ecología e historias de corte humano relacionadas con esos productos. Se emitieron los viernes por la noche en hora de máxima audiencia y recibieron comentarios muy positivos. Estos documentales han desempeñado un papel significativo en el impulso de la economía local.

419. La Administración Nacional del Derecho de Autor de China no deja de redoblar los esfuerzos de promoción de los creadores locales para que amplíen sus actividades económicas. Durante el Noveno Festival de Cine Internacional de Beijing, contribuyó a establecer una plataforma comercial de derechos de autor en el lugar de celebración, que proporcionaba un cauce conveniente y rápido para que las dos partes interesadas mantuvieran negociaciones sobre licencias de derechos de autor.

420. En conclusión, China valora el importante papel de la colaboración público-privada para ayudar a ampliar las oportunidades económicas y seguirá esforzándose para promover este tipo de colaboración en la esfera de la propiedad intelectual.

11.18 Indonesia

421. Damos las gracias al Japón por presentar el documento IP/C/W/653, así como a los Miembros que han compartido sus experiencias de éxito sobre el avance de las industrias creativas.

422. Las industrias creativas y basadas en los derechos de autor se encuentran entre los sectores más dinámicos de la economía mundial y se consideran una esfera emergente de gran crecimiento. Además de su aportación en forma de creación de empleo, crecimiento económico y valor añadido, las industrias creativas también contribuyen a establecer una identidad nacional más sólida.

423. Las industrias creativas y basadas en los derechos de autor utilizan conocimientos e información, lo que, a su vez, impulsa la innovación y crea un patrimonio social y económico para la sociedad, además de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

424. Asimismo, la economía creativa crece y prospera como un nexo entre la cultura, la economía y la tecnología. Su ecosistema comprende muchas industrias, sectores y partes interesadas diferentes y abarca una amplia gama de sectores económicos, desde los sectores tradicionales de la cultura y la artesanía, que están dominados por MIPYME, hasta las nuevas empresas de la era digital, que tienen necesidades de propiedad intelectual específicas que suelen combinar distintos tipos de derechos de propiedad intelectual, incluidos los derechos de autor y los relacionados con las patentes, los dibujos y modelos y las marcas de fábrica o de comercio.

425. Por todos los motivos anteriores, la economía creativa ha pasado a ser un sector que concentra la atención del Gobierno de Indonesia.

426. En torno a la mitad de la población de Indonesia tiene menos de 30 años. La juventud indonesia, versada en tecnología e inmersa en una sólida cultura empresarial y de autoiniciativa, está empezando a dar rienda suelta al potencial creativo del país. Los debates en torno a la economía creativa se han convertido en habituales y en 2015 culminaron en el establecimiento del Organismo de Economía Creativa de Indonesia (BEKRAF), que se encarga de coordinar la elaboración de políticas y estrategias nacionales para respaldar la creación y comercialización de productos y servicios culturales nacionales, tanto a escala nacional como internacional. En 2017, las industrias creativas aportaron el 7,4% del PIB de Indonesia y emplearon a más de 13 millones de trabajadores.

427. En la actualidad, Indonesia redacta una ley de economía creativa. En el proyecto de ley se define la economía creativa como la materialización del valor añadido de la propiedad intelectual, nacida de la creatividad humana y basada en la ciencia, la cultura y la tecnología.

428. Para respaldar el desarrollo de las industrias creativas, Indonesia tiene una política para facilitar el aumento del número de registros de propiedad intelectual por parte de los colectivos interesados que, en último término, aumentará la protección de la propiedad intelectual y su comercialización mediante la colaboración entre ministerios e instituciones, tales como la Dirección General de Derechos de Propiedad Intelectual, el Organismo de Economía Creativa de Indonesia, el Ministerio de Industria, el Ministerio de Pequeñas y Medianas Empresas, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Investigación y Tecnología del Estado y el servicio de consulta sobre propiedad intelectual de las universidades.

429. Con el fin de mejorar los servicios de gran calidad y proporcionar seguridad jurídica, Indonesia brinda desde 2018 la posibilidad de registrar los derechos de autor electrónicamente.

430. Asimismo, Indonesia ha establecido organizaciones de gestión colectiva y la Organización Nacional de Gestión Colectiva, que se centra sobre todo en los músicos, los escritores y las empresas que explotan obras protegidas por derechos de autor para obtener beneficios económicos. Asimismo, Indonesia ha iniciado una campaña contra la piratería por todo el país, que incluye el cierre de sitios web que proporcionan una plataforma ilegal para la descarga de música y películas.

431. Con la colaboración de la Dirección General de Derechos de Propiedad Intelectual, el Organismo de Economía Creativa de Indonesia, la Autoridad de Servicios Financieros, el Banco Central de Indonesia y los profesionales correspondientes, Indonesia está formulando un instrumento/ley nacional para respaldar un programa de financiación de la propiedad intelectual. El programa tiene por objeto permitir el uso de la propiedad intelectual como garantía financiera o como financiación en el desarrollo de la industria creativa. Por último, pero no por ello menos importante, Indonesia ha creado una plataforma denominada "Portamento" que utiliza tecnología de cadena de bloques para conectar a titulares y usuarios de derechos de autor y a las autoridades competentes. Este proyecto permite calcular el valor de las obras que se descargan en línea.

432. Indonesia cree que una plataforma mundial para interlocutores y colectivos interesados de la economía creativa es esencial para el desarrollo del sector. Por ello y para satisfacer la demanda de asociación y colaboración entre países para identificar y dar a conocer la importancia de una estrategia para la industria creativa, Indonesia acogió la primera Conferencia Mundial sobre Economía Creativa en noviembre de 2018. En la Conferencia se reunieron todas las partes

interesadas que participan en la hélice quíntuple de la economía creativa (es decir, el mundo académico, las empresas, las comunidades, el Gobierno y los medios de comunicación), en un esfuerzo por conectar los elementos multidimensionales y a los colectivos interesados en la economía creativa.

433. La Conferencia Mundial sobre Economía Creativa (WCCE) es la primera conferencia sobre economía creativa a escala internacional. Asistieron representantes de más de 30 países y más de 1.500 participantes y concluyó con el Programa de Trabajo de Bali para la Economía Creativa. De los 21 puntos incluidos en el Programa de Trabajo, cinco están vinculados directamente con la propiedad intelectual, entre los que se incluyen propiciar el desarrollo del comercio electrónico y de la propiedad intelectual como herramientas para impulsar el desarrollo, estrechar la brecha digital y generar soluciones digitales para los países en desarrollo y los países menos adelantados (PMA), o respaldar y favorecer un entorno propicio que promueva la innovación, la comercialización y la protección de la propiedad intelectual.

434. Teniendo en cuenta la repercusión de la industria creativa en el crecimiento económico inclusivo, tanto en la actualidad como en el futuro, Indonesia seguirá prestando atención especial a la economía creativa. No tendremos inconveniente en facilitar información actualizada sobre esta importante cuestión en el futuro.

11.19 India

435. La India quiere reiterar que, si bien los derechos de propiedad intelectual pueden proporcionar un incentivo para innovar, no son una condición necesaria ni suficiente para la innovación y solo pueden ser eficaces en determinados contextos. Es necesario alcanzar un equilibrio adecuado entre los incentivos a la innovación y la garantía de que los beneficios se obtienen de forma equitativa y en favor de la sociedad.

436. Aunque la India es consciente de la importancia de la innovación y de tenerla siempre presente, ha adoptado muchas medidas para mejorar el ecosistema de la innovación, ya sea fomentando la calidad de los recursos humanos, mediante actividades de investigación y desarrollo, fortaleciendo los vínculos entre el mundo académico y los sectores productivos, o promoviendo la disponibilidad de capital.

437. Agradecemos a los copatrocinadores que hayan añadido el punto sobre enfoques innovadores en apoyo de la creación de marcas y la promoción y de las industrias creativas.

438. La innovación ha sido un pilar central del crecimiento y el desarrollo económicos en la India. En los últimos tres años, la clasificación de la India en el Índice Mundial de Innovación ha mejorado: del puesto 81 en 2015 al actual puesto 57 en el informe de 2018. Según el informe, la India se mantiene en el primer puesto en la región de Asia Central y Meridional y sigue siendo el principal exportador de servicios de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC).

439. Para llegar a los confines más remotos de nuestro país, se están ejecutando programas de sensibilización sobre la propiedad intelectual mediante comunicación por satélite. En uno de estos programas se conectaron 700 escuelas superiores en línea que comprendían a más de un millón de estudiantes. Se presta especial atención a la elaboración de contenido electrónico y la divulgación de contenido en línea. Se ha presentado la primera mascota de la propiedad intelectual (denominada "IP Nani"). Además, en colaboración con la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), se ha realizado una serie de vídeos de animación sobre los derechos de propiedad intelectual dirigidos a escolares.

Ayudar a las MIPYME a desarrollar sus actividades mediante la propiedad intelectual

440. En colaboración con el Ministerio de Microempresas y Pequeñas y Medianas Empresas, la Célula para la Promoción y Gestión de los Derechos de Propiedad Intelectual (CIPAM) organizó un curso intensivo de cinco días sobre los derechos de propiedad intelectual para los funcionarios del Ministerio en todo el país que trabajan en los Institutos de Desarrollo (DI) y las Sucursales de los Institutos de Desarrollo (BDI). En total, se impartió formación en Hyderabad a funcionarios de 30 Institutos de Desarrollo (anteriormente denominados SISI) y 28 Sucursales de los Institutos de Desarrollo (anteriormente denominadas SISI), establecidos en capitales de estados y otras

ciudades industriales de todo el país. Con este curso, estos organismos podrán prestar servicios relacionados con los derechos de propiedad intelectual a las MIPYME y modificar el ecosistema nacional de derechos de propiedad intelectual.

441. En noviembre de 2017, el Gobierno de la India concedió a la Sociedad de Derechos de Interpretación de la India (IPRS) el registro como sociedad de derechos de autor, con arreglo a la Ley de Derecho de Autor de 1957. Representa a más de 4.000 escritores, compositores y los principales editores de música de la India.

Creación de una marca país mediante el turismo cinematográfico

442. El sector cinematográfico de la India registró un crecimiento exponencial del 27% en 2017, tanto a nivel nacional como internacional. Junto con el aumento de los ingresos obtenidos con la venta de derechos satelitales y digitales en los últimos años, se espera que los ingresos brutos del sector alcancen los USD 3.700 millones en 2020.

443. En la actualidad, la India también está cobrando impulso como destino de rodaje de películas, al ofrecer localizaciones exóticas e inexploradas, lo que genera empleo y un intercambio cultural con las comunidades locales. Tras el éxito de películas rodadas en la India, como *Slumdog Millionaire*, varios estudios internacionales están considerando la posibilidad de rodar una buena parte de sus películas en la India debido a la disponibilidad de equipos especializados en producciones cinematográficas y de capacidades de producción de talla mundial a un costo muy competitivo.

444. El Ministerio de Turismo del Gobierno de la India apoya el Encuentro Internacional de Turismo Cinematográfico, celebrado con el tema "Transformar las localizaciones en destinos de vacaciones", que organiza la Cámara PHD de Comercio e Industria.

445. El aumento de los ingresos, la evolución del estilo de vida, un mayor índice de penetración y una población joven en rápido crecimiento, junto con el mayor uso de los dispositivos portátiles 3G y 4G, aumentarán la demanda de las industrias creativas en la India.

446. El sector de la animación y los efectos visuales en la India es una de las industrias impulsadas por la innovación de alto nivel; en el ejercicio fiscal de 2018 sumó INR 73.900 millones (USD 1.150 millones), en comparación con los INR 62.300 millones (USD 928,60 millones) registrados en el ejercicio fiscal de 2017, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta del 18,60%.

11.20 Brasil

447. El Brasil acoge con satisfacción el documento presentado por el Japón y otros proponentes como punto de partida para una mayor reflexión sobre el papel de los Gobiernos en el estímulo de la creación de marcas relacionadas con las industrias creativas.

448. En el Brasil, la función que cumple el Gobierno como promotor de actividades económicas relacionadas con la propiedad intelectual se renueva continuamente para incorporar cada vez más elementos, como la transparencia y la eficacia. En particular, nos gustaría destacar algunos aspectos determinados de esta función.

449. Por ejemplo, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA), el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI) y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y las Pequeñas Empresas (SEBRAE) han registrado resultados considerables en los últimos años en las esferas de las designaciones de origen y las indicaciones geográficas.

450. En 2018, el Ministerio de Agricultura presentó la marca "Agro Brazil - Good for Nature", que tiene por objeto promover el sector agroindustrial brasileño y aclarar al mismo tiempo que la agricultura y la conservación del medio ambiente pueden ir de consuno.

451. Permítanme compartir también un caso de éxito de empresa derivada. La empresa Akwan Information Technology fue establecida por un grupo de profesores universitarios de la Universidad Federal de Minas Gerais, en Belo Horizonte. Akwan prestaba servicios de investigación a empresas

en el Brasil y también administraba el sitio web "todobr.com.br", un motor de búsqueda que Google compró en 2005. Tras la adquisición, pasó a ser el Centro de I+D de Google para Latinoamérica.

452. Desde una perspectiva más sistémica, el Gobierno del Brasil ha tratado de ampliar la difusión de las marcas brasileñas promoviendo una mayor integración entre los marcos normativos del Brasil y de nuestros principales interlocutores comerciales. Un elemento importante de este enfoque es la reciente aprobación por parte del Congreso Nacional del Brasil de la adhesión al Protocolo de Madrid. Al mismo tiempo, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial ha reducido el proceso de análisis de marcas de fábrica o de comercio a solo nueve meses, contados desde la fecha de solicitud.

453. Nuestro examen podría incluir otros elementos horizontales, como los recursos limitados de que disponen las pequeñas empresas para gastos de servicios jurídicos derivados del registro de una marca de fábrica o de comercio. Las medidas de observancia y la necesidad de vigilar las posibles infracciones de los activos de propiedad intelectual son cuestiones que también deben tenerse en cuenta. El Brasil cree que los Miembros se beneficiarían en gran medida del intercambio de experiencias sobre soluciones halladas en este ámbito.

454. Además, en cuanto al derecho de autor, el Brasil apoya la idea de que los creadores vuelvan a ocupar un lugar destacado en relación con los derechos de propiedad intelectual, aumentando para ello la transparencia en el uso y remuneración de las obras protegidas por derechos de autor. Los debates que están teniendo lugar en los Estados Unidos y en la Unión Europea sobre la reforma de su legislación en materia de derechos de autor incluyen la cuestión fundamental de una remuneración justa de los autores en el entorno digital.

455. Se estudian muchos formatos en todo el mundo, pero todos ellos tienen en común la necesidad de proporcionar información adicional a los titulares de los derechos sobre la cadena de valor relacionada con el uso de las obras protegidas por derechos de autor. La motivación clave es garantizar plenamente los frutos del entorno en línea a las personas representadas en el sistema de derechos de autor, es decir, los autores y los intérpretes.

456. El Brasil está firmemente decidido a alentar y recompensar la innovación de todos los inventores, grandes o pequeños, así como a propagarla en la economía y la sociedad.

11.21 Perú

457. La delegación del Perú desea agradecer a los proponentes la presentación de esta propuesta.

458. En particular, esta delegación valora positivamente que en esta propuesta se haya incluido el desarrollo de la marca país. Hemos escuchado las referencias a las experiencias exitosas de Australia, el Canadá y Chile como una de las estrategias que, junto con la adecuada promoción y desarrollo de las marcas en diferentes sectores de la economía, en particular de las industrias creativas y de aquellas ligadas a la innovación, promueven el crecimiento de las empresas y de los negocios. En ese sentido, esta delegación se permite recordar que ha presentado una iniciativa orientada a la protección y reconocimiento internacional de la marca país ante el Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT).

459. Igualmente, deseo destacar la importancia del desarrollo de las marcas colectivas como herramienta para proteger los derechos y promover la creatividad, especialmente en las comunidades locales, los productores rurales y las micro, medianas y pequeñas empresas. Gracias a la acción coordinada de la Oficina Nacional de Propiedad Intelectual y de diversos actores del sector privado, en el año 2018 se registraron cerca de 850 marcas colectivas en diferentes regiones del país, que representó un crecimiento del 1.000% respecto del año anterior.

460. Finalmente, mi delegación desearía compartir en ulteriores sesiones y con mayor detalle otras importantes experiencias en este ámbito, así como conocer aquellas de los otros Miembros.

12 INFORMACIÓN SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS DE INTERÉS REGISTRADOS EN OTROS ÁMBITOS DE LA OMC

12.1 Solución de diferencias

12.2 Enmienda del Acuerdo sobre los ADPIC

12.2.1 Cuba

461. En la ceremonia con el Director General, Cuba depositó el instrumento de aceptación del Protocolo por el que se enmienda el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.

462. Cuba reafirma una vez más su tradición de respeto de los derechos de propiedad industrial en justo equilibrio con las políticas públicas y, en particular, apoya el marco jurídico internacional que permite contar con un mecanismo para garantizar el acceso a los medicamentos de los países menos adelantados y en desarrollo.

463. El reto de estos Miembros es favorecer y asegurar el acceso a los medicamentos.

12.3 Cuestiones relacionadas con los derechos de propiedad intelectual en el marco de los exámenes de las políticas comerciales

12.3.1 Secretaría de la OMC

464. Como en ocasiones anteriores, la Secretaría presentará brevemente información actualizada sobre las cuestiones relacionadas con la política en materia de propiedad intelectual que se han planteado en los exámenes de las políticas comerciales más recientes.

465. Desde la última reunión del Consejo de los ADPIC de febrero, se han llevado a cabo los exámenes de las políticas comerciales del Ecuador, la Comunidad de África Oriental (conformada por Kenya, Tanzania, Uganda, Burundi y Rwanda), Bangladesh, Samoa, Papua Nueva Guinea y Trinidad y Tabago. Durante los exámenes, los países desarrollados y los países en desarrollo Miembros han seguido mostrando activamente su interés por las cuestiones relacionadas con los ADPIC, como por ejemplo:

- aplicación del Acuerdo sobre los ADPIC;
- régimen de agotamiento;
- régimen de derechos de autor, incluidas las medidas de protección por satélite y tecnológicas;
- régimen de indicaciones geográficas;
- protección de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales;
- protección de las variedades vegetales;
- observancia, en línea y en frontera, incluida la coordinación entre oficinas de la propiedad intelectual y las autoridades aduaneras;
- notificaciones al Consejo de los ADPIC;
- establecimiento de sistemas de registro sin papel;
- aplicación de estrategias nacionales de propiedad intelectual;
- pérdida de la condición de PMA y aplicación de la legislación conexas; y

- adhesión a los instrumentos de la OMPI y aplicación de los mismos.

466. También hemos redactado las secciones relativas al Acuerdo sobre los ADPIC de los informes de vigilancia de mitad de año sobre el G-20 y la OMC elaborados por el Director General, que se distribuirán a principios de julio.

467. En la sección "Evolución de las políticas comerciales y de propiedad intelectual" de los informes de vigilancia se destaca la iniciativa sobre política de propiedad intelectual relacionada con el comercio emprendida por Myanmar, así como la información sobre la evolución de la legislación nacional y las cuestiones administrativas presentada por Australia, Chile, China, Indonesia y Tailandia para el ejercicio de vigilancia.

13 CONDICIÓN DE OBSERVADOR PARA LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES INTERGUBERNAMENTALES

13.1 Sudáfrica

468. Sudáfrica observa que sigue habiendo varias solicitudes pendientes de concesión de la condición de observador ante el Consejo de los ADPIC. Reitera su apoyo a que se conceda esta condición al Grupo ACP, que puede obtener un gran beneficio mediante su integración progresiva en la economía mundial. Sudáfrica reitera asimismo sus llamamientos anteriores para que los Miembros accedan a otorgar la condición de observador al Centro del Sur y a la secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB).

13.2 Bangladesh

469. En cuanto a la cuestión de la condición de observador, la delegación de Bangladesh reitera su posición expuesta en las reuniones anteriores. Bangladesh apoya que se conceda la condición de observador ante este Consejo al Centro del Sur.

13.3 Venezuela, República Bolivariana de

470. Mi delegación destaca la importancia de los trabajos realizados por el Centro del Sur sobre esta materia y reitera su apoyo a su incorporación en condición de observador al Consejo de los ADPIC.

13.4 China

471. China apoya la concesión de la condición de observador, al menos con carácter *ad hoc*, al Centro del Sur y a la secretaría del CDB.

472. La relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB es una cuestión importante para este Consejo. Sin duda, la secretaría del CDB comprende mejor las normas específicas y la evolución reciente del CDB y del Protocolo de Nagoya. Creemos que invitar a la secretaría del CDB en calidad de observador ayudará a los Miembros a entender mejor el CDB y, con ello, se favorecerá el debate sobre la relación entre el Acuerdo sobre los ADPIC y el CDB.

473. A lo largo de los años, el Centro del Sur ha realizado muchas investigaciones y análisis en las esferas de los derechos de la propiedad intelectual, la transferencia de tecnología y el acceso al conocimiento. Creemos que invitar al Centro del Sur en calidad de observador ayudará a los Miembros a entender mejor el Acuerdo sobre los ADPIC y las cuestiones conexas.

13.5 Bolivia, Estado Plurinacional de

474. Bolivia reitera su apoyo a la concesión de la condición de observador al Centro del Sur.

13.6 India

475. La India apoya la solicitud de Sudáfrica y China de que se conceda la condición de observador al Centro del Sur, la secretaría del CDB y el Grupo ACP.

13.7 Estados Unidos de América

476. Los Estados Unidos reiteran su posición y dicen que no pueden sumarse a los Miembros que desean admitir nuevas solicitudes de la condición de observador, ya sea con carácter permanente o *ad hoc*.

477. Los Estados Unidos valoran las contribuciones de los Miembros y están satisfechos con el grupo actual de observadores permanentes y *ad hoc*.

478. No consideramos que sea necesario llenar un vacío añadiendo nuevos observadores en este momento.

13.8 Brasil

479. El Brasil desea apoyar la concesión de la condición de observador a la secretaria del Convenio sobre la Diversidad Biológica.

14 OTROS ASUNTOS

14.1 Examen anual del sistema de licencias obligatorias especiales

480. No se formula ninguna declaración en relación con este subpunto del orden del día.

14.2 Examen anual de conformidad con el párrafo 2 de la Decisión sobre la aplicación del párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC

481. No se formula ninguna declaración en relación con este subpunto del orden del día.

14.3 Otras actividades previstas en favor de los PMA

14.3.1 Benin, en nombre del Grupo de PMA

482. En febrero de 2003, el Consejo de los ADPIC encomendó a los Miembros desarrollados que presentaran informes anuales sobre las medidas que habían adoptado o tenían previsto adoptar con miras a aplicar el párrafo 2 del artículo 66, que establece lo siguiente:

Los países desarrollados Miembros ofrecerán a las empresas e instituciones de su territorio incentivos destinados a fomentar y propiciar la transferencia de tecnología a los países menos adelantados Miembros, con el fin de que estos puedan establecer una base tecnológica sólida y viable.

483. Así pues, se presentaron informes anuales a tal efecto. El Grupo de PMA desea agradecer a los Miembros que siempre han presentado los informes. Sin embargo, el contenido de estos informes no siempre se refiere a la aplicación del párrafo 2 del artículo 66, que trata de la transferencia de tecnología a los PMA por parte de los países desarrollados y de ninguna otra cosa.

484. Algunos informes presentan listas de proyectos de cooperación técnica que en realidad no ahondan en el aspecto de la transferencia de tecnología. Esa información está comprendida en el ámbito de aplicación del artículo 67, no del párrafo 2 del artículo 66.

485. Para evitar confusiones, se ha facilitado a las delegaciones un plan esquemático de la presentación de los informes. Muy pocos Miembros lo han utilizado. El Grupo desea dar las gracias a los Miembros y alentarlos a utilizar el plan esquemático para simplificar los informes.

486. Aparte del modelo de los informes, el Grupo de PMA ha observado que los países desarrollados Miembros y los PMA no interpretaban de la misma manera el párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC. Así pues, solicitó al Consejo una interpretación a fin de asegurar la aplicación eficaz de esas disposiciones.

487. Mediante la comunicación IP/C/W/640, de fecha 16 de febrero de 2018, el Grupo de PMA pidió al Consejo de los ADPIC que deliberase sobre las siguientes cuestiones:

- que los países desarrollados Miembros de la OMC solo especifiquen en sus informes los incentivos que se proporcionen a los PMA para la transferencia de tecnología, asegurando así que los informes sean más concretos y tengan un contenido específico;
- el significado de la expresión "incentivos a las empresas e instituciones" que figura en el párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC y las posibles maneras de que los países desarrollados Miembros ofrezcan incentivos a sus empresas e instituciones con objeto de que dicha disposición se aplique en letra y espíritu.

488. Cabe señalar que la petición del Grupo de PMA no ha sido atendida. Algunos Miembros han dicho que el Consejo no puede interpretar el párrafo 2 del artículo 66, pero el Grupo de PMA discrepa.

489. Durante el taller sobre la aplicación del párrafo 2 del artículo 66, organizado los días 11 y 12 de febrero de 2019 por la Secretaría de la OMC, el Grupo de PMA se refirió específicamente a esas prioridades en cuanto a la transferencia de tecnología, basándose en el documento de sala con la signatura RD/IP/24. Se formularon recomendaciones para la aplicación del párrafo 2 del artículo 66, entre las que se incluyeron el establecimiento de centros de coordinación en los países desarrollados Miembros y los PMA.

490. El Grupo de PMA alienta a los países desarrollados Miembros a continuar esta iniciativa y hacer lo necesario para que así suceda.

491. No obstante, el Grupo de PMA opina que los centros de coordinación deben entender de la misma manera la aplicación del párrafo 2 del artículo 66. Por ello es tan importante la comunicación IP/C/W/640, de fecha 16 de febrero de 2018.

492. Teniendo en cuenta que la comunicación mencionada no se ha atendido en ningún momento y que el mandato contenido en el párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC fue encomendado por los Ministros, el Grupo de PMA prevé una Decisión Ministerial en la Duodécima Conferencia Ministerial de la OMC, que se celebrará en Nursultán (Kazajstán), para aclarar estas disposiciones con miras a su aplicación efectiva.

493. Para ello, el Grupo de PMA celebrará consultas con los países desarrollados Miembros que estén interesados en la aplicación del párrafo 2 del artículo 66. Ya da por sentadas la colaboración y la participación activa de todos los países desarrollados Miembros y los insta a procurar la aplicación efectiva del párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC.

14.3.2 Bangladesh

494. La delegación de Bangladesh apoya plenamente la declaración hecha por Benin en nombre del Grupo de PMA. Bangladesh reconoce que, para crear una base tecnológica sólida en los PMA, necesitamos el apoyo de los asociados desarrollados. El párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC es rotundo en este sentido. Procedo a leer del texto jurídico: "Los países desarrollados Miembros ofrecerán a las empresas e instituciones de su territorio incentivos destinados a fomentar y propiciar la transferencia de tecnología a los países menos adelantados Miembros, con el fin de que estos puedan establecer una base tecnológica sólida y viable".

495. Instamos a los Miembros a tomar nota del uso del modo verbal "ofrecerán" ("shall"), que no indica una acción optativa, sino una prescripción obligatoria. Así pues, ¿a qué acción obligatoria se refiere? El párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC responde claramente que los países desarrollados Miembros deben ofrecer incentivos a las empresas e instituciones de su territorio. Ahora bien, ¿con qué propósito? De nuevo el párrafo 2 del artículo 66 indica inequívocamente que el propósito es fomentar y propiciar la transferencia de tecnología a los países menos adelantados Miembros, con el fin de que estos puedan establecer una base tecnológica sólida y viable. Además, debemos ser sinceros y aceptar que la responsabilidad de ofrecer incentivos corresponde claramente a los países desarrollados Miembros y no a las entidades y empresas del sector privado.

496. Los informes anuales periódicos de los países en desarrollo Miembros no facilitan información clara sobre los incentivos otorgados a las empresas e instituciones de los países desarrollados. Antes bien, estas notificaciones contienen listas de programas y proyectos principalmente de asistencia técnica encaminados a mejorar las capacidades de los PMA. Estos programas, que son muy valiosos para los PMA, suelen cumplir las prescripciones sobre cooperación técnica previstas en el artículo 67 del Acuerdo sobre los ADPIC. No obstante, ¿cumplen la obligación que figura en el párrafo 2 del artículo 66? Por ello, la delegación de Bangladesh, junto con otros Miembros, ha alentado continuamente al Consejo de los ADPIC a encontrar la manera de contribuir a que se sepa si los países en desarrollo Miembros han ofrecido incentivos específicos a empresas e instituciones que operan en su territorio para cumplir la prescripción en materia de transferencia de tecnología prevista en el párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC.

497. Pedimos a los Miembros del Consejo que consideren la posibilidad de designar centros de coordinación tanto en los países desarrollados como en los países menos adelantados Miembros para vigilar la aplicación del párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC. La propuesta se presentó anteriormente en nombre de los PMA y los Miembros debatieron con franqueza sobre esta cuestión en varias reuniones anteriores de este Consejo. Lo mismo se recomendó en el taller de la OMC sobre la aplicación del párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC que tuvo lugar en febrero de 2019. Ahora necesitamos hacer avanzar la cuestión de la vigilancia para reconocer las contribuciones genuinas que han hecho los países desarrollados Miembros a los PMA. Bangladesh está dispuesto a participar en un debate constructivo sobre los centros de coordinación y la cuestión de la vigilancia del párrafo 2 del artículo 66.

498. La delegación de Bangladesh también agradece sinceramente a los países desarrollados Miembros el apoyo prestado en el marco de muchos programas de asistencia técnica ejecutados en los PMA. Bangladesh da las gracias asimismo a la Secretaría de la OMC por el taller celebrado en febrero de 2019 sobre la aplicación del párrafo 2 del artículo 66 del Acuerdo sobre los ADPIC y confía en que el próximo taller sobre esta cuestión sea todo un éxito.

14.4 Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico

499. No se formula ninguna declaración en relación con este subpunto del orden del día.

14.5 Fecha de la próxima reunión

500. No se formula ninguna declaración en relación con este subpunto del orden del día.

14.5.1 México

501. México quisiera llamar la atención de los Miembros de la OMC sobre un acontecimiento de interés en otro foro que podría afectar al derecho a utilizar marcas comerciales. Me refiero, en particular, a la reunión de la Comisión del Codex Alimentarius que se llevó a cabo del 13 al 17 de mayo de 2019 en Ottawa (Canadá), en la que se debatió el proyecto de Revisión de la Norma para Preparados Complementarios (CXS 156-1987). El párrafo 9.6.4 del proyecto señala lo siguiente:

9.6.4 Los productos serán etiquetados de manera diferenciada evitando cualquier riesgo de confusión entre preparados para lactantes, preparados complementarios para lactantes de más edad, [nombre del producto] para niños pequeños y preparados para usos medicinales especiales, en particular, por el texto, las imágenes y los colores utilizados, y de manera que los consumidores los distingan claramente. No se permite la promoción cruzada entre categorías de productos en la etiqueta/el etiquetado del producto.

502. México aprecia mucho los trabajos del Codex Alimentarius y contribuye a sus actividades de manera positiva. Sin embargo, en ocasiones, hay algunos aspectos de dichas actividades que afectan a otras áreas y a otros foros, y, por tanto, deben examinarse con mayor profundidad. Uno de esos aspectos es la prohibición de la promoción cruzada, que podría restringir el derecho de los titulares de marcas de productos relacionados. México considera que debe analizarse si la prohibición de la promoción cruzada es compatible con las normas de comercio internacional establecidas por la OMC y la OMPI.

503. Mi delegación se reserva el derecho de plantear esta cuestión durante la próxima reunión ordinaria del Consejo de los ADPIC.

14.5.2 Unión Europea

504. La UE desea informar al Consejo de los ADPIC sobre su iniciativa para reforzar la capacidad de los órganos ordinarios de la OMC para abordar y resolver preocupaciones de los Miembros sobre las medidas relacionadas con el comercio de otros Miembros. Si bien muchos Miembros aprovechan la posibilidad de plantear estas preocupaciones ante los órganos de la OMC, suelen mantenerse en el orden del día durante mucho tiempo sin conseguir un progreso suficiente.

505. En la actualidad, la UE trabaja junto con otros Miembros para elaborar una propuesta de un conjunto de directrices de procedimiento horizontales que se aplicaría a los consejos y comités de la OMC que examinan preocupaciones comerciales.

506. Aunque el Consejo de los ADPIC ya tiene mecanismos para ello y puede abordar las preocupaciones comerciales con menor frecuencia que otros consejos y comités de la OMC, creemos que las ideas beneficiarían también la labor del Consejo de los ADPIC.

507. La UE está celebrando consultas sobre estas ideas de forma abierta e inclusiva para presentar una propuesta al Consejo General en julio. Invitamos a todos los Miembros interesados a ponerse en contacto para recibir más detalles.
