

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Título de la Consultoría	Consultoría jurídica para registro de Marca Golden Cup en los diferentes países
Unidad de dependencia	Comercial
Alcance	CARIBE y LATINOAMERICA: Países donde ocurren las competencias Golden Cup

▪ ACERCA DE CLAC.

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) es una asociación constituida con personería jurídica en El Salvador, que agrupa a las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) (OPP's) y Organizaciones de Trabajadores(as) dentro del Comercio Justo. CLAC está organizada en "Coordinadoras Nacionales" y "Redes"; las primeras agrupan a las organizaciones miembros de CLAC por país, mientras que las Redes de Producto agrupan a las organizaciones por producto independientemente del país en el que se encuentren y la Red de Trabajadores(as) agrupa a las organizaciones de trabajadores(as) de los diferentes países.

La misión de CLAC es no solamente representar a las organizaciones democráticamente organizadas, sino también velar por su fortalecimiento y desarrollo; asimismo, facilitar asistencia a sus asociados/as, promocionar sus productos y valores, e incidir en instancias sociales, políticas y económicas. Las líneas estratégicas de trabajo de CLAC son: 1) Fortalecimiento organizacional y operativo de CLAC, 2) Promoción del Comercio Justo, sus valores y principios, 3) Fortalecimiento y desarrollo de nuestras organizaciones miembro, 4) Crecimiento y vinculación con mercados existentes y nuevos, 5) Incidencia, 6) Ejes transversales: género, cambio climático, soberanía alimentaria, protección infantil, inclusión de jóvenes, sostenibilidad ambiental, y buenas prácticas laborales.

▪ ACERCA DEL PROYECTO: "registro de Marca Golden Cup en los diferentes países"

La Red Café de CLAC tiene como principales acciones el promover la producción y la productividad del café en armonía con el medio ambiente y haciendo uso de prácticas climáticamente inteligentes, fomento a la calidad del café, a través de entrenamientos en procesos de mejoramiento de la calidad del café, la participación en competencias de calidad a nivel nacional e internacional y la selección de los mejores lotes de café para mercados de especialidad, así como la promoción y el mercadeo de café certificado Fairtrade de las OPP's de Latinoamérica en ferias de café como SCA, WOC, SCAJ, CAFÉ SHOW Corea, giras y encuentros comerciales con NFO's, tostadores, compradores, clientes y consumidores.

Por tanto, CLAC en alianza con las coordinadoras nacionales y con apoyo de Fairtrade Internacional han desarrollado las competencias nacionales de café de calidad de comercio justo "GOLDEN CUP", competencias que iniciaron en el año 2015 en algunos países, generando muchas lecciones aprendidas y excelentes resultados, por tanto, se extendieron a todos los demás países donde existe el producto café certificado Fairtrade, con ediciones anuales.

El Concurso de calidad de café denominado "GOLDEN CUP", es un evento de competitividad a nivel latinoamericano, desarrollado por CLAC y con apoyo de las CN's, donde participan OPP's certificadas Fairtrade de cada país, con la finalidad de generar nuevas oportunidades de mercado.

Al igual que los principales concursos de cafés especiales, tales como "CUP OF EXCELENCE", Cosecha de Oro, entre otros, CLAC y las CN's institucionalizará el concurso "GOLDEN CUP" que se constituirá como el evento de calidad de mayor nivel de comercio justo de CLAC en Latinoamérica.

El objetivo general es: Registrar la marca propuesta Golden Cup para lo cual debe completar todos los estudios previos que cumplan con los requisitos legales establecidos para estos procedimientos en cada país donde se desarrolla la competencia.

El propósito es: Asegurar la identidad de dicha propuesta de marca Golden Cup, con el propósito de protegerla contra el uso indebido de terceros y/o la inscripción por parte de terceros

Los resultados esperados son:

Crear y garantizar la marca mediante la protección legal como primer paso en el desarrollo del proyecto.

▪ **ENFOQUE METODOLÓGICO.**

Para el registro de la marca, existe una clasificación internacional de productos y servicios llamada "CLASIFICACIÓN DE NIZA"; esta clasificación se divide por orden de clase numérica, por producto y por servicio, en esta propuesta contemplamos el estudio del producto CLASE 30 y Servicio CLASE 41 CLASIFICACION DE NIZA:

<https://nam02.safelinks.protection.outlook.com/?url=http%3A%2F%2Framites2.oepm.es%2Fclinmar%2Finicio.action&data=05%7C01%7Cpaulo.f%40clac-comerciojusto.org%7C377fe3ae8154a007e5008da9d7a40d8%7C4c27e673f49747d2a3aead83ddcc463d%7C1%7C0%7C637995445649849375%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzliLCJBTil6Ikl1haWwiLCJXVCi6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=22vns%2F%2FNrUNi7DgG7cbj sr8wA%2Faimv7lj7%2BvnBEZSQg%3D&reserved=0>

La clase 30 comprende principalmente los productos alimenticios de origen vegetal preparados para su consumo o conservación, así como los aditivos para realizar el sabor de los alimentos. Esta clase comprende en particular:

- Las bebidas a base de café, cacao, chocolate o té;
- Los cereales preparados para la alimentación humana (por ejemplo: copos de avena o de otros cereales).

Servicio Clase 41 referida a:

Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Nota explicativa:

La clase 41 comprende principalmente los servicios prestados por personas o instituciones para desarrollar las facultades mentales de personas o animales, así como los servicios destinados a divertir o entretener.

El proceso de registro de marca consta de 2 etapas:

Búsqueda por clase: a esto se refiere al trabajo/averiguación previa en cada país donde se pretende el registro, con el fin de conocer si está registrada o en proceso de registro dentro de la clasificación recomendada.

Solicitud del registro: una vez llevado a cabo el paso 1), en todos los países donde existan organización café certificadas FAIRTRADE, y solo si, no exista impedimento para eventualmente realizar la solicitud de registro de la marca GOLDEN CUP en cada uno de los países.

▪ **PRODUCTOS ESPERADOS**

- 1) Registro de marca GOLDEN CUP en 11 países
 - a. Búsqueda por clase de producto y/o clase de servicio.
 - b. Solicitud de registro por clase de producto y/o clase de servicio

▪ **REQUISITOS DEL(A) CONSULTOR(A) Y/O SU EQUIPO**

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Experiencia mínima de 3 años en: 1) Procesos legales, asesoría de protección en propiedad intelectual y de negocios	X	
2	Título profesional	X	
3	Conocimiento en Marcas, patentes, derecho de autor, entre otros en el CARIBE y LATINOAMERICA	X	
4	Conocimiento de estadística, métodos de análisis de datos cuantitativos y Cualitativos	X	
5	Alta capacidad para la redacción, revisión y análisis de informes	X	
9	Conocimiento de los principios y del enfoque de desarrollo y del Comercio Justo.		X

▪ **RECEPCION DE PROPUESTAS**

- Con base en la revisión exhaustiva de los términos de referencia podrán enviar su propuesta técnica¹ y económica² a la dirección electrónica: adquisiciones@clac-comerciojusto.org con copia a noe.h@clac-comerciojusto.org con el asunto: “**Consultoría jurídica para registro de Marca Golden Cup en los diferentes países**”.
- Se recomienda que las personas interesadas envíen sus propuestas con los siguientes elementos:
 - o Propuesta metodológica que detalla cómo se lograrán los productos esperados de la consultoría, cronograma de trabajo y funciones del equipo consultor.
 - o Propuesta financiera (incluir honorarios, movilización e impuestos de ley)
 - o CV's de las personas que conforman el equipo
 - o Declaración de capacidad organizativa.
 - o Referencias de consultorías similares.
 - o La convocatoria estará abierta hasta el **16/10/2022**.

Nota: Se invita a los(as) interesados(as) a considerar medidas sanitarias durante la realización del estudio por la situación que atraviesa el país derivado de la Pandemia por COVID 19, ya que se requiere trabajo presencial durante el levantamiento de datos de campo.

¹ Se requiere como anexo una página de Curriculum Vitae por cada integrante del equipo consultor; así también un producto similar de otra consultoría como muestra del tipo de producto anterior

² No hay formato establecido para las propuestas. El consultor será el responsable de todos los gastos logísticos de su equipo durante la consultoría; así también de su equipo de apoyo (encuestadores, digitadores, etc.). El equipo CLAC brindará soporte para procesos críticos como etapas de convocatoria y revisiones de producto.