

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y MARCAS COLECTIVAS COMO HERRAMIENTAS PARA COMPETIR

Sandy Norberto Boza Alzamora

Iquitos, diciembre de 2012

INSTITUTO NACIONAL
DE DEFENSA DE LA
COMPETENCIA Y DE LA
PROTECCIÓN DE LA
PROPIEDAD INTELECTUAL



IMPORTANCIA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS



¿Qué es un marca?

¿Cómo se protegen las marcas?

- Registro
- Alcance territorial
- Vigencia del Derecho
- Renovación

¿Qué beneficios otorga el registro de una marca?

- Oposición
- Acción por infracción



LEGISLACIÓN VIGENTE

NORMATIVA ANDINA

- Decisión 486, Régimen Común de Propiedad Industrial
- Decisión 689

NORMATIVA NACIONAL

- Decreto Legislativo 1075, que establece disposiciones complementarias a la Decisión 486

NORMATIVA INTERNACIONAL

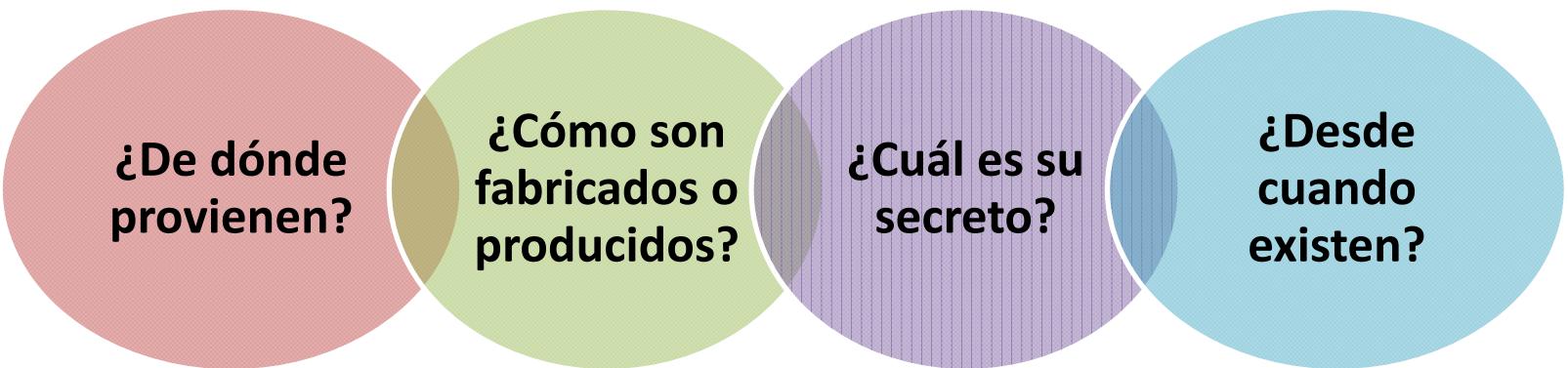
- Convenio de París
- ADPIC
- Arreglo de Lisboa
- Tratado de Derecho de Marcas, TLT de 1994

NUESTROS PRODUCTOS



CÓMO AGREGAR VALOR A NUESTROS PRODUCTOS

Ciertos productos tienen más cosas que contar que otros. Por ejemplo:



Resaltar estos elementos en forma adecuada, creativa y estratégicamente, implicará darle valor agregado a estos productos, que ingresarán al mercado en mejores condiciones, en busca de una clientela y un posicionamiento en el mismo.

La propiedad industrial como instrumentos de diferenciación

Permiten la apropiación de la diferenciación como activo intangible.

Dan seguridad jurídica a la diferenciación (origen, calidad, elaboración, tradición, etc.)

- marcas colectivas, marcas de certificación y denominaciones de origen.



DENOMINACIONES DE ORIGEN PERUANAS:

- ❖ Pisco
- ❖ Maíz Blanco Gigante Cusco
- ❖ Chulucanas
- ❖ Pallar de Ica
- ❖ Café Villa Rica
- ❖ Loche de Lambayeque
- ❖ Café Machupicchu – Huadquiña
- ❖ Maca Junín-Pasco



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Es el nombre de una región o lugar geográfico que sirve para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos del lugar.

Decisión 486



ELEMENTOS DE LA DO

- Nombre de un lugar geográfico (o que haga referencia al lugar geográfico).
- Producto que lleva el nombre del lugar geográfico (uso previo).
- Calidad y características especiales de ese producto.
- Vínculo geográfico y cualitativo: Relación entre las características del producto y el lugar geográfico (factores naturales y factores humanos).
- Reputación.





A diferencia de un producto industrial, que se puede producir en cualquier lugar, el producto que identifica la Denominación de Origen está vinculado a un lugar determinado, por las condiciones geográficas, climáticas o incluso por una particular forma de fabricación.



¿Qué es una marca colectiva?

Una marca colectiva es un signo que identifica el origen o cualquier otra característica común de los productos o servicios que pertenecen a los miembros de una agrupación u organización, diferenciándolos de los productos o servicios de quienes no formen parte de ella.

El titular de la marca colectiva es la propia organización.



VENTAJAS DE USAR UNA MARCA COLECTIVA

Los pequeños productores pueden enfrentar el mercado en forma conjunta. Requiere aglutinar personas o empresas alrededor de una asociación, cooperativa o cualquier otra entidad colectiva con personería jurídica.



VENTAJAS DE USAR UNA MARCA COLECTIVA

La marca es explotada y promocionada por varias personas o empresas miembros de una misma agrupación, reduciendo los costos de colocar un producto o servicio en el mercado.



VENTAJAS DE USAR UNA MARCA COLECTIVA

El uso común de una marca obliga a unificar calidad y características de los productos marcados. Y, a su vez, implementar mecanismos de autocontrol para cuidar el prestigio de la marca.

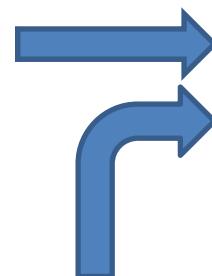


VENTAJAS DE USAR UNA MARCA COLECTIVA

Usar una marca colectiva no impide utilizar marcas individuales o propias.



Marca
colectiva

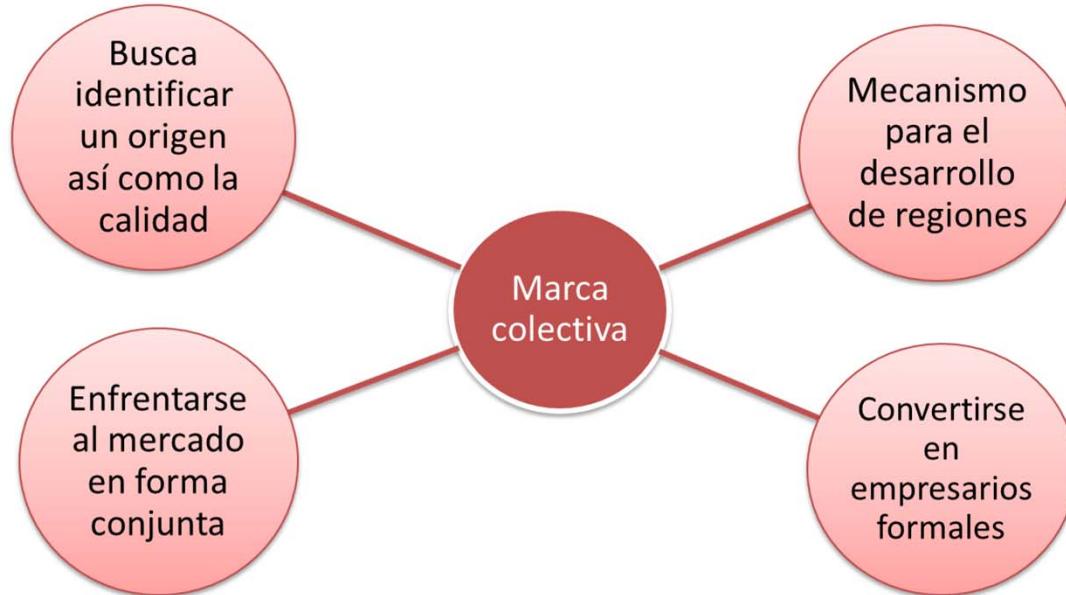


Marca
propia



VENTAJAS DE USAR UNA MARCA COLECTIVA

Constituye un mecanismo de desarrollo regional, en tanto mejora la competitividad de los productores, así como la visibilidad de sus localidades de cara al turismo.



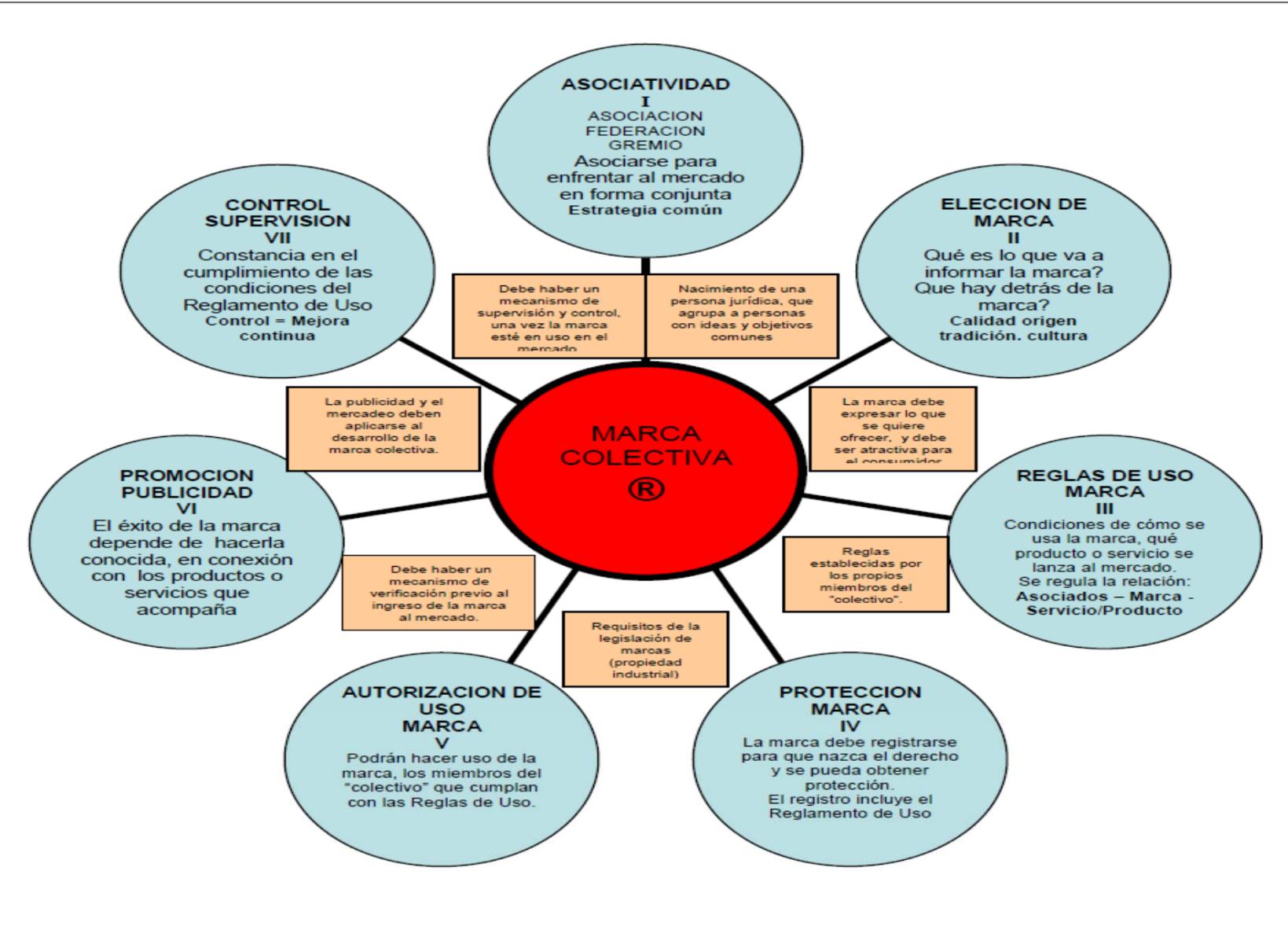


Es una alternativa interesante para aquellos gremios o asociaciones de empresarios cuyos miembros, individualmente considerados, no tienen la posibilidad económica o la infraestructura administrativa necesaria para registrar y administrar una marca.

En resumen

- Diferenciación de producto
- Promoción de los pequeños productores
- Promoción de las economías regionales
- Promoción de las exportaciones
- Preservación de la cultura y el medio ambiente

Etapas para el desarrollo de marcas colectivas



Fuente: García, 2006



REGISTRO DE MARCAS COLECTIVAS

Requisitos formales

Los requisitos son básicamente los mismos que en el caso de las marcas individuales, y deberá acompañarse además lo siguiente:

- Estatutos de la entidad colectiva solicitante
- Lista de integrantes
- **Reglamento del uso** de la marca colectiva

Cuestiones posteriores al registro

- Una vez obtenido el registro, se debe informar a la autoridad nacional competente cualquier **modificación que se realice en el Reglamento de uso**, así como en el estatuto y lista de integrantes de la organización.
- La marca colectiva **podrá ser transferida o licenciada** de conformidad con las normas internas de la organización. Dichos actos deben ser inscritos ante la autoridad nacional competente.

Reglamento de Uso

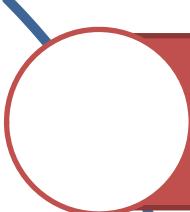
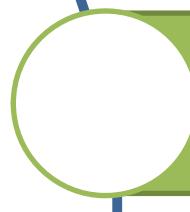
Para que la marca colectiva cumpla su función, la asociación u organización titular de la marca, debe contar con un Reglamento en el cual se establezcan las condiciones y la forma cómo se utilizará la Marca Colectiva en los productos y servicios respectivos.

Es necesario que los reglamentos que rigen el uso de las marcas colectivas sean claros y accesibles.

El Reglamento de uso debe contener:

- Nombre de la organización que solicita el registro.
- Objeto del Reglamento. Qué se quiere regular.
- Indicación de la marca colectiva e indicación expresa de los productos o servicios que distingue.
- Condiciones de afiliación a la organización.
- Personas autorizadas para utilizar la marca y/o lista de usuarios autorizados.

El Reglamento de uso debe contener:

-  Las características técnicas y las cualidades del producto o servicio para el cual se usará la marca.
-  Mecanismos de supervisión de las características técnicas de los productos o servicios a distinguir.
-  Condiciones de uso de la marca. Los miembros deben cumplir con las normas que haya definido la propia organización.
-  Infracciones y sanciones por uso indebido de la marca colectiva.

ANEXO 3

Bases para la elaboración del Reglamento de uso para una marca colectiva

1. DISPOSICIONES GENERALES

Primero: El presente Reglamento contiene las normas que deberán cumplir los miembros de la Federación _____ (en adelante FEDERACION) para el uso y administración de la Marca Colectiva “_____” y diseño característico (en adelante la MARCA COLECTIVA).

Segundo: La MARCA COLECTIVA será otorgada exclusivamente en uso por la FEDERACION a favor de cualquiera de sus miembros que así lo soliciten y siempre que cumplan con las condiciones establecidas en el presente REGLAMENTO.

Tercero: El miembro de la FEDERACION _____ que haya obtenido la autorización de uso correspondiente, tendrá el derecho de usar la MARCA COLECTIVA para distinguir los servicios turísticos que preste, y a mencionar en su propagando o publicidad el hecho que sus servicios ostentan la MARCA COLECTIVA.

2. LA MARCA COLECTIVA

Cuarto: La MARCA COLECTIVA es un signo distintivo de propiedad de la FEDERACION _____, y está constituida por _____ (*describir la marca colectiva*).

Quinto: El uso de la MARCA COLECTIVA por parte de sus miembros autorizados certifica y garantiza que los servicios turísticos que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA cumplen con las especificaciones y condiciones siguientes: (*el detalle siguiente es meramente ejemplificativo*).

- distinguir el origen o cualquier otra característica geográfica común
- conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad biológica
- turismo responsable frente a la cultura y hábitat natural de las comunidades indígenas
- servicios turísticos únicos y de calidad

3. USO DE LA MARCA COLECTIVA

Sexto: El miembro de la FEDERACION _____ que haya sido autorizado a usar la MARCA COLECTIVA se obliga a mantenerla y a prestigiarla, quedando obligado a aplicar la MARCA COLECTIVA bajo las siguientes condiciones: (*detallar la forma como podrá aparecer la MARCA COLECTIVA, en las distintas actividades de promoción y publicidad propias del servicio turístico*).

Formas:

- ubicación
- tamaño
- colores
- variaciones autorizadas

Lugares:

- papelería y comunicaciones
- encartes promocionales
- publicidad :
 - medios de comunicación especializado
 - medios comunicación general



- Internet
- merchandising
- rótulos o letreros de establecimientos
- uniformes del personal.

Séptimo: En los casos en que el socio decida hacer uso en forma conjunta la MARCA COLECTIVA con su marca individual, será necesario que ésta última se encuentre debidamente registrada ante la Oficina de Marcas; y su uso deberá cumplir con las siguientes especificaciones: *(detallar la forma que debe aparecer en la etiqueta o envase la MARCA COLECTIVA y la marca individual).*

- ubicación
- tamaños
- variaciones autorizadas.

Octavo: El miembro autorizado será responsable que los servicios turísticos que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA cumpla permanentemente con los criterios, especificaciones y condiciones establecidas en el presente Reglamento.

4. INSPECCION Y/O VERIFICACION DE LA CONDICIONES DE USO

Noveno: La FEDERACION _____, por intermedio de su _____, realizará verificaciones periódicas respecto de las condiciones de los servicios que se vienen brindando y que son distinguidos con la MARCA COLECTIVA, incluyendo el uso de la misma.

Décimo: El miembro autorizado deberá prestar las facilidades necesarias para las inspecciones que puedan realizarse en sus locales o lugares donde se presta el servicio turístico, y que así lo haya dispuesto _____ *(se podrá prever un mecanismo de inspección con notificaciones previas).*

5. PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA AUTORIZACION DE USO

(el detalle siguiente es meramente ejemplificativo)

Décimo Primero: El miembro interesado solicitará por escrito a _____ de la FEDERACION _____ la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.

Décimo Segundo: Recibida la solicitud el _____ de la FEDERACION _____ conformará un equipo técnico quien procederá a realizar una evaluación del servicio turístico, a efectos de determinar si el mismo cumple con las especificaciones dispuestas en el presente REGLAMENTO.

Décimo Tercero: Si el resultado de la evaluación es favorable, se autorizará el uso de la MARCA COLECTIVA.

Décimo Cuarto: De no ser satisfactorio el resultado de la evaluación, el _____ de la FEDERACION _____ comunicará por escrito tal hecho al miembro solicitante, quien tendrá un plazo máximo de _____ (indicar el plazo) _____ para subsanar las observaciones.

Décimo Quinto: Vencido el plazo, el _____ de la FEDERACION _____ dispondrá dentro del término de _____ (indicar el plazo) _____ días y de común acuerdo con el miembro solicitante, la realización de una nueva inspección de evaluación.

Si la inspección de evaluación es favorable, se concederá la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA. Si la inspección es desfavorable, la solicitud quedará sin efecto.

6. INFRACCIONES Y SANCIONES

Décimo Sexto: La MARCA COLECTIVA es de interés de todos sus miembros, por lo que la FEDERACION _____ velará por su prestigio y buen uso; constituyendo infracción toda acción u omisión que importe violación de los artículos del presente Reglamento y demás normas de la materia.

Décimo Séptimo: La infracción será verificada y calificada por el _____ de la FEDERACION _____, quien determinará la sanción correspondiente.

Décimo Octavo: Constituyen infracciones (el detalle siguiente es meramente ejemplificativo).

1. El incumplimiento de lo establecido en especificaciones técnicas, según las cuales se ha autorizado el uso de la MARCA COLECTIVA.
2. Negarse a prestar las facilidades necesarias para una adecuada supervisión y control de uso de la MARCA COLECTIVA.
3. La publicidad referida al uso de la MARCA COLECTIVA, que pueda llevar a engaño al público.
4. El uso de la MARCA COLECTIVA, sin la debida autorización.
5. Infringir las normas de Propiedad Industrial, Competencia Desleal, Publicidad, Protección al Consumidor y demás pertinentes.

Décimo Noveno: Las infracciones, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar, serán sancionadas con: (el detalle siguiente es meramente ejemplificativo)

1. Suspensión temporal del uso de la MARCA COLECTIVA
2. Cancelación de la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA
3. Multa

Vigésimo: En los casos de sanción, el miembro quedará impedido de usar la MARCA COLECTIVA e incluso se obliga a retirar del mercado los productos que se encuentren marcados con la MARCA COLECTIVA.

El incumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, constituye una infracción sancionada por las normas de propiedad industrial y competencia desleal, sin perjuicio de que el miembro pueda ser separado de la FEDERACION _____ conforme a las disposiciones de su Estatuto social.

Vigésimo Primero: La protección de la MARCA COLECTIVA frente a las infracciones por parte de terceros en el mercado será de responsabilidad de la FEDERACION _____, quien tendrá a su cargo la facultad, a través de _____, de iniciar las acciones correspondientes.

7. OTRAS DISPOSICIONES

Vigésimo Segundo: Las cuestiones no contempladas en el presente Reglamento, así como las cuestiones de interpretación que surjan de su aplicación serán resueltas por _____ de la FEDERACION _____ de conformidad con su Estatuto social.

Fuente: García, 2006

CUADRO COMPARATIVO

	DENOMINACIÓN DE ORIGEN	MARCA COLECTIVA
Objeto	Identificación y protección del verdadero origen de un producto, así como de las cualidades y reputación vinculadas al mismo.	Identifica que i) los usuarios de la marca son miembros de la entidad titular; y, en su caso, que ii) todos los productos o servicios de dichos miembros comparten ciertas características (origen, calidades, métodos de producción, materias primas, etc.)
Función	Proteger tanto a los productores como a los consumidores del uso fraudulento del nombre del producto.	Proteger al titular del uso fraudulento de su marca.
Titular	El Estado.	Una entidad colectiva cuyos miembros usan la marca.
Usuarios	Todos los productores de una zona geográfica definida que respeten el pliego de condiciones. No es posible excluir a productores.	El titular establece si la mera afiliación a la entidad colectiva es suficiente para utilizar la marca o si los miembros han de cumplir requisitos adicionales para ser usuarios.
Lugar de producción	Producción ha de realizarse en el territorio establecido.	Producción solo ha de realizarse en territorio establecido, si así solo establece el reglamento de uso.
Registro	Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI	Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI
Duración de protección	Ilimitada, mientras sigan subsistiendo las condiciones que motivaron su reconocimiento.	Diez (10) años. El registro se puede renovar las veces que sea de interés del titular.

Fuente: ONUDI, 2011



EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

ASOCIACION DE TRABAJADORES EMOLIENTEROS DEL DISTRITO DE
PUEBLO



SERVICIOS DE EXPENDIO DE
BEBIDAS EMOLIENTES (cl. 43)

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

COMITÉ DE FABRICANTES DE CERVEZA



ENVASES DE CRISTAL O VIDRIO
MARCA COLECTIVA (cl. 21)

CERVEZAS, AGUAS MINERALES,
GASEOSAS Y OTRAS BEBIDAS
NO ALCOHÓLICAS; Y DEMÁS
PRODUCTOS (cl. 32)

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS



INSTITUTO PERUANO DEL ALGODÓN

CONFECCIONES EN GENERAL INCLUYENDO ARTICULOS DE VESTIDO, SOMBRERERIA Y ZAPATERIA (cl. 25)

ALGODON PIMA EN FARDOS Y MATERIAS TEXTILES FIBROSAS EN BRUTO EN GENERAL; CUERDAS, BRAMANTES, REDES, TIENDAS DE CAMPAÑA, TOLDOS, VELAS, SACOS (NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES); MATERIAS DE RELLENO (CON EXCEPCION DEL PLASTICO O MATERIAS PLASTICAS) (cl. 22)

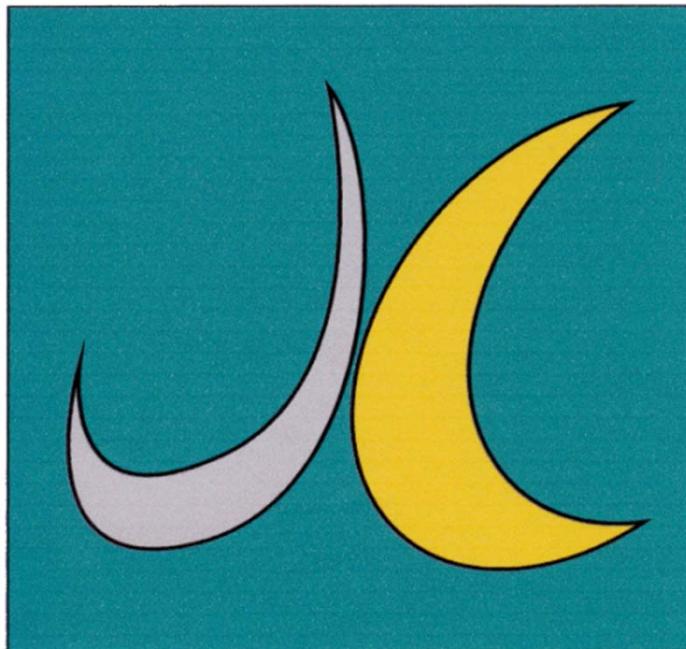
ALGODON PIMA EN TEJIDOS Y PRODUCTOS TEXTILES NO COMPRENDIDOS EN OTRAS CLASES (clase 24)

HILOS PARA USO TEXTIL EN GENERAL; HILADOS (clase 23)

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

CENTRO DE INNOVACION TECNOLOGICA
DE LA JOYERIA CITEJOYERIA

Joyas Catacaos



Aretes, collares, sortijas, pulseras, prendedores, dijes, cadenas, brazaletes, pasadores de corbatas, gemelos, pines, solaperos, productos elaborados de metales preciosos y sus aleaciones (no comprendidos en otras clases) cl. 14

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
DE PIÑA (APROPIÑA)

PARA PIÑA (cl. 31)



ASOCIACION DE EMPRESARIOS
GASTRONOMICOS Y AFINES DE LA AV.
AGUSTIN DE LA ROSA TORO SAN BORJA

Servicios de restaurantes
especializados en
gastronomía marina y criolla
(clase 43)

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

ASOCIACION DE PISCICULTORES REGION CENTRO - HUANCAYO



Carne, pescado, aves y caza, trucha (cl. 29)



EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

ASOCIACION PRODUCTORES DE CITRICOS NARANJAL CHAVINI (de Junín)



Productos agrícolas, hortícola, forestales y granos, no comprendidos en otras clases, animales vivos, frutas y legumbres frescas (cl. 31)

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ECOLOGICOS
VALLE AZUL DE QUICHUAY (de Junín)



Carne, pescado y aves (cl.
29)



EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

ASOCIACION DE PRODUCTORES DE PAPA NATIVA DE LA MICROCUENCA
DE CASCA - HUASAHUASI TARMA - JUNIN



Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos, frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta(cl. 31)

EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS REGISTRADAS

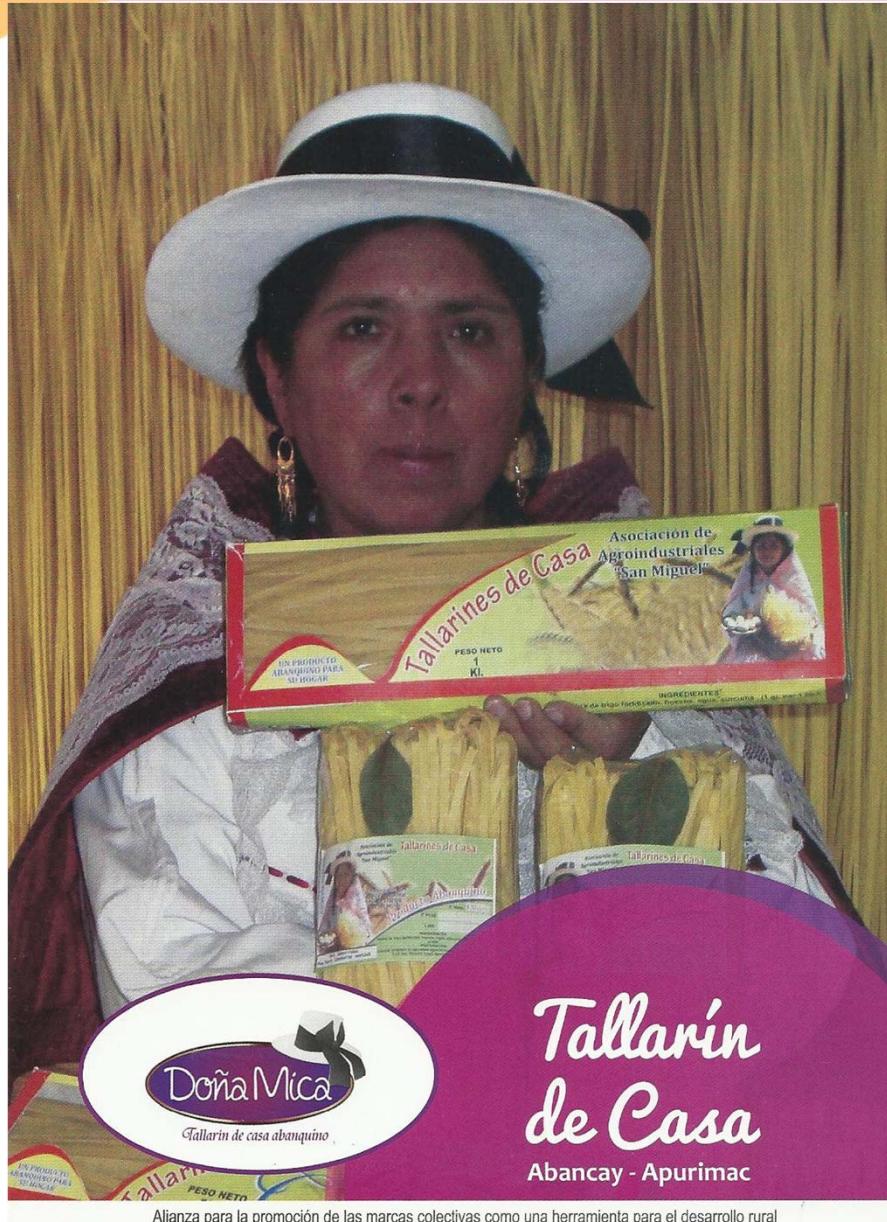
ASOCIACION DE ACUICULTORES LAGUNA LAGUNILLAS



Pescado y conservas de
pescado (cl. 29)



ACOMPAÑAMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS RURALES

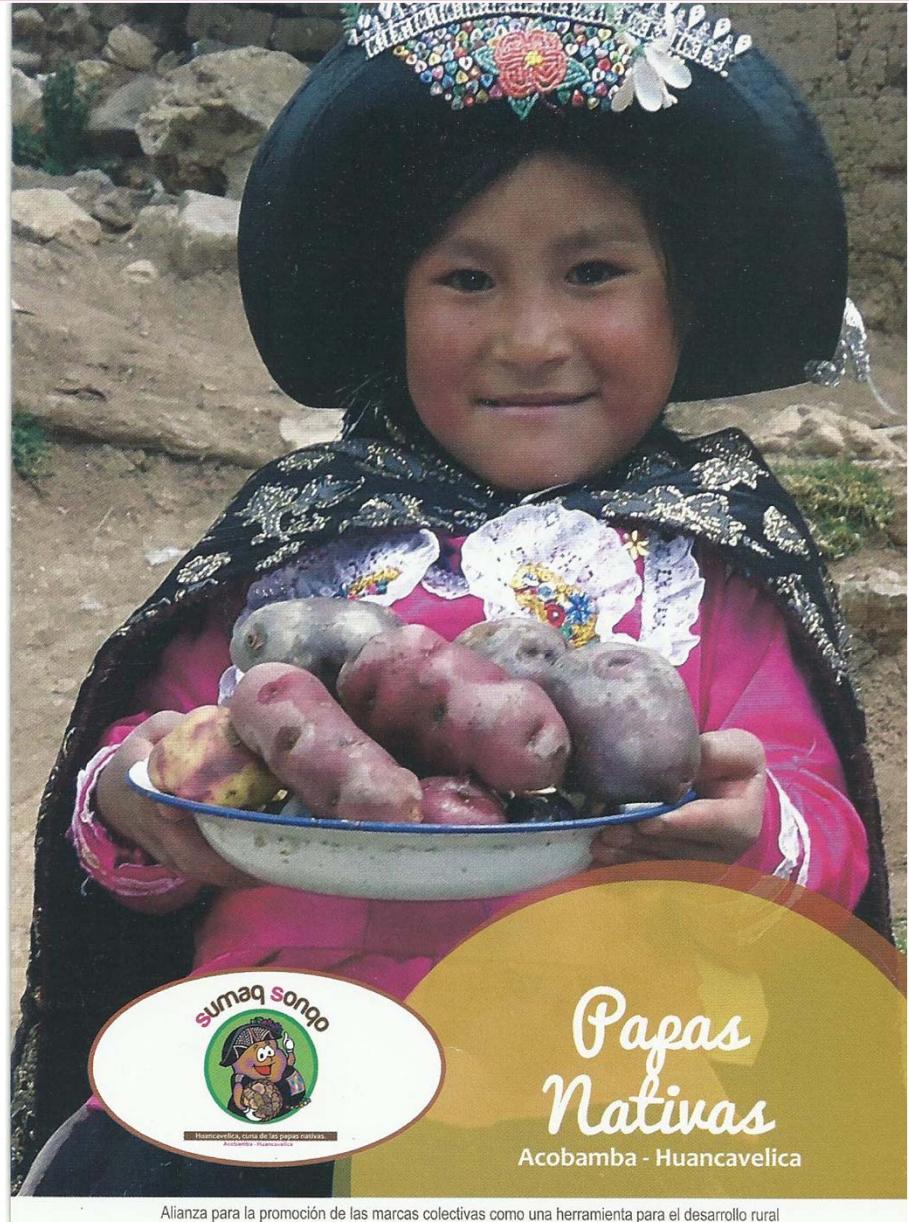


Doña Mica
Tallarin de casa abanquino

Tallarín de Casa
Abancay - Apurímac

Alianza para la promoción de las marcas colectivas como una herramienta para el desarrollo rural

ONUD AGRO RURAL Indecopi



sumaq songo
Huancavelica, cuna de las papas nativas.
Acomayo - Huancavelica

Papas Nativas
Acomayo - Huancavelica

Alianza para la promoción de las marcas colectivas como una herramienta para el desarrollo rural

ONUD AGRO RURAL Indecopi

ACOMPAÑAMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS RURALES



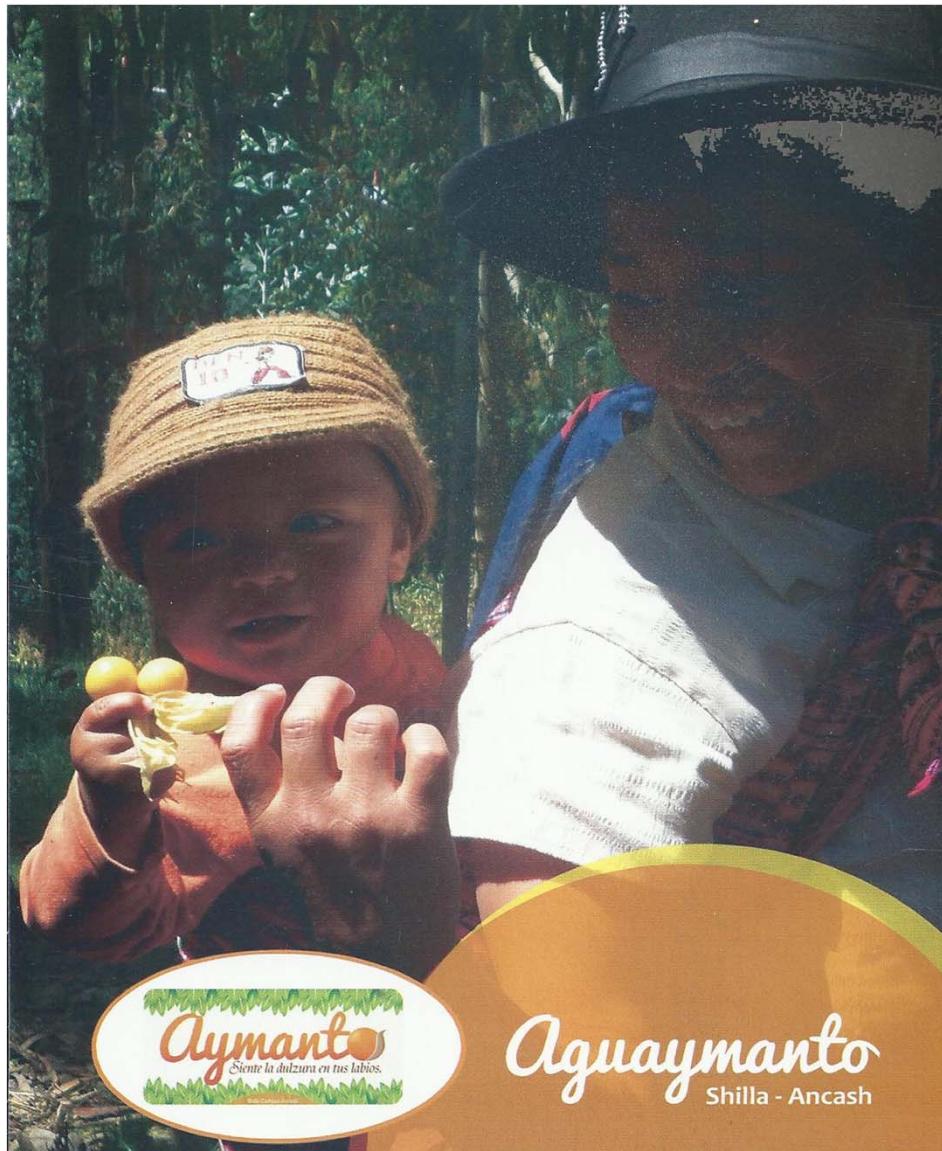
Alianza para la promoción de las marcas colectivas como una herramienta para el desarrollo rural



Alianza para la promoción de las marcas colectivas como una herramienta para el desarrollo rural



ACOMPAÑAMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS RURALES



Aymanto
Siente la dulzura en tus labios.

Aguaymanto
Shilla - Ancash

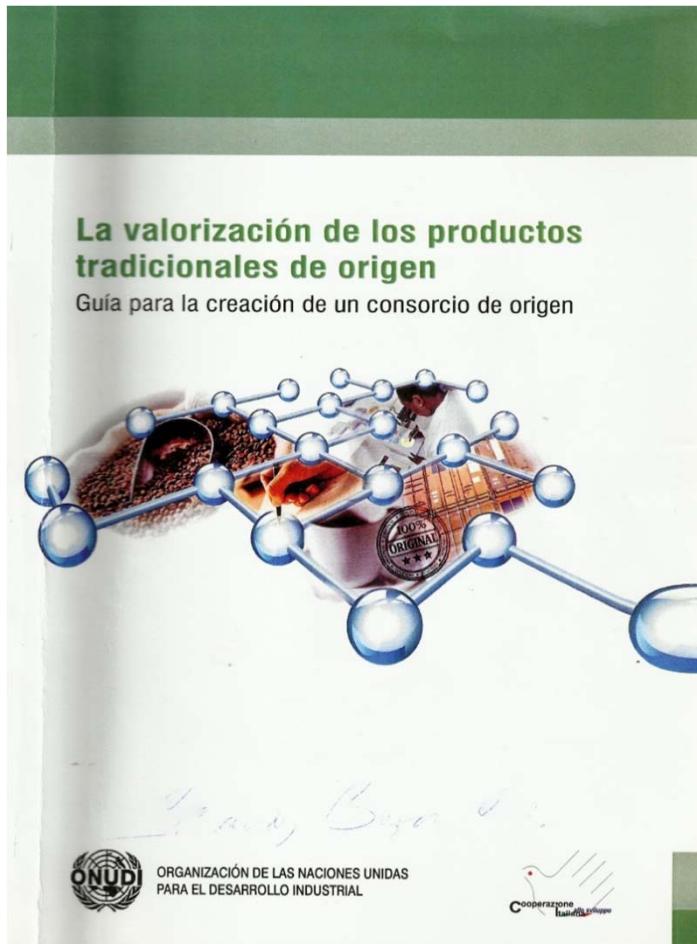
Alianza para la promoción de las marcas colectivas como una herramienta para el desarrollo rural

ONUDI AGRORURAL Indecopi

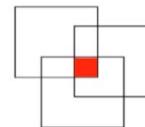
BIBLIOGRAFÍA

- **DENOMINACIONES DE ORIGEN – DSD.** En:
http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/11/jer/informacion_util/FolletoAutorizaci%C3%B3nUsoPisco.pdf
- **MARCAS DE PRODUCTO Y/O SERVICIO – DSD.**
En:http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/11/jer/informacion_util/FolletoMarcaProductoServicio.pdf

BIBLIOGRAFÍA



http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/Pub_free/La_valorizacion_de_los_productos_tradicionales_de_origen.pdf



SEED: Documento de trabajo núm. 78

Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)



El uso de marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario

Luis Alonso Garcia Muñoz



Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas

Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa

http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@ifp_seed/documents/publication/wcms_117522.pdf



BIBLIOGRAFÍA



<http://aplicaciones.indecopi.gob.pe/Multimedias/DSD/MarcasColectivas/index.html>





GRACIAS POR SU ATENCIÓN



sboza@indecopi.gob.pe

Teléf. 224 7800 anexo 1368

www.indecopi.gob.pe