



Ministerio de Industrias  
y Productividad



Sistema Económico  
Latinoamericano y del Caribe

Latin American and Caribbean  
Economic System

Sistema Econômico  
Latino-Americano e do Caribe

Système Economique  
Latinoaméricain et Caribéen



## Las Marcas colectivas como herramientas para el desarrollo rural

*Verónica Perea Málaga*  
*INDECOPI*

### Relaciones Intrarregionales

*Seminario Latinoamericano sobre Consorcios de PYMES: Consorcios de Exportación y Consorcios de Origen*  
*Quito, Ecuador*  
*11 y 13 de junio de 2012*  
*SP/SLSCPYMESCEO/DI N° 13-12*

Copyright © SELA, junio de 2012. Todos los derechos reservados.  
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas,  
Venezuela.

---

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA ([sela@sela.org](mailto:sela@sela.org)). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

# LAS MARCAS COLECTIVAS COMO HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO RURAL

**Verónica Perea Málaga**

Junio de 2012

## **ALIANZA:**

● **AGRORURAL**

● **INDECOPI**

● **ONUDI**

**Objetivo:** Generar capacidades técnicas en gestión y uso de las marcas colectivas, como una herramienta de desarrollo rural, mejorando la competitividad de los productos de las zonas rurales, afianzando la competencia colectiva (asociatividad, calidad, marketing) de los productores de los emprendimientos rurales.



1 000 Ejemplares



## Taller Macroregional

# MARCAS COLECTIVAS

### Una Herramienta para el Desarrollo Rural Sostenible

6 y 7 de marzo

#### APURÍMAC

Apurímac • Cusco •  
Ayacucho

Informes  
janlocp1@yahoo.es  
083-323228

20 y 21 de marzo

#### AREQUIPA

Arequipa • Tacna •  
Moquegua • Puno

Informes  
garategda@gmail.com  
054-255084

27 y 28 de marzo

#### LAMBAYEQUE

Lambayeque • Piura • Tumbes •  
Cajamarca • Amazonas •  
La Libertad • Ancash

Informes  
dchumioque@gmail.com  
074-607094

10 y 11 de abril

#### JUNÍN

Junín • Pasco • Ucayali •  
Huancavelica • Huánuco •  
Ayacucho

Informes  
ayallico2@hotmail.com  
064-253923

Inscripciones

[www.agrorural.gob.pe](http://www.agrorural.gob.pe)

[www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)

2012



ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS  
PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL



Ministerio  
de Agricultura



# Abancay







# Arequipa



# Lambayeque





# Experiencia: Hongos de Marayhuaca - Lambayeque

<http://www.youtube.com/watch?v=MPR6Qsdl6Ms&feature=endscreen>

# Junín



# Huancavelica



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.

# Chirimoya CUMBE



Ganadores del XIV Festival de la Chirimoya Cumbe, en el pueblo de Santo Toribio de Cumbe.  
Foto: Andina





## Productos diferenciados



Es necesario incorporar en la cadena de valor agregado, instrumentos que faciliten la percepción de la diferenciación por parte de los consumidores.



El valor agregado que se asocia al producto diferenciado sólo es realizable si es percibido y considerado como tal por el cliente.

# Instrumentos de diferenciación

- Los instrumentos que se utilizan para comunicar al cliente la diferenciación son dos:

**\* Certificados de la calidad**

**\* Propiedad Industrial**

# ¿Que es una marca colectiva?

**Signo adoptado por una entidad colectiva**, como una asociación de productores, fabricantes, u otra organización de personas legalmente establecidas y que sirve **para distinguir productos o servicios producidos o prestados por los miembros de la asociación o grupo**, de los productos o servicios de otras personas que no forman parte de dicha organización.





La marca colectiva informa al consumidor que los productos que llevan el mismo signo, tienen características similares, **aún cuando provengan de distintos fabricantes**, porque:

**Se trata de fabricantes que pertenecen a una misma agrupación u organización.**

# ¿Quiénes pueden registrar Marcas Colectivas?

Asociaciones de  
Productores y  
fabricantes

Asociaciones de  
comerciantes y  
prestadores de  
servicios

Organizaciones y  
grupos de personas  
legalmente  
establecidos



# VENTAJAS DE UNA MARCA COLECTIVA

Se enfrenta al mercado en forma conjunta, obligándose a contar con una estrategia común.



# VENTAJAS DE UNA MARCA COLECTIVA

El uso común de una marca obliga a unificar calidad y características de los productos marcados..



# VENTAJAS DE UNA MARCA COLECTIVA

La marca es explotada y promocionada por varias personas o empresas miembros de una misma agrupación.



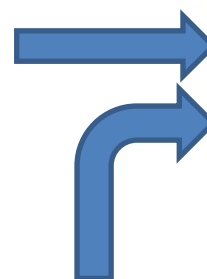


# VENTAJAS DE UNA MARCA COLECTIVA

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



Marca  
colectiva



Marca  
propia





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.



# Impulso y desarrollo de marcas colectivas



Central de Asociaciones de Productores de Cuyes  
Valle del Mantaro - Junin

**CEPRO**

*Cuy*



# El Reglamento de uso


Nombre de la organización que solicita el registro.

Objeto del Reglamento.

Indicación de la marca colectiva e indicación expresa de los productos o servicios que distingue.

Personas autorizadas para utilizar la marca y/o lista de usuarios autorizados.

Condiciones de afiliación a la organización.



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.

# **EJEMPLOS DE MARCAS COLECTIVAS EN EL PERÚ**

TITULAR: ASOCIACION DE TRABAJADORES EMOLIENTEROS DEL  
DISTRITO DE PUEBLO



PARA: SERVICIOS DE EXPENDIO DE  
BEBIDAS EMOLIENTES (cl. 43)

TITULAR: ASOCIACION PRODUCTORES DE CITRICOS NARANJAL  
CHAVINI (de Junín)



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



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

*Central de Asociaciones de Productores de Cuyes  
Valle del Mantaro - Junín*



PARA: Carne, pescado y aves (cl. 29)

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



PARA: 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)

TITULAR: ASOCIACION DE ACUICULTORES LAGUNA LAGUNILLAS



PARA: Pescado y conservas de pescado  
(cl. 29)

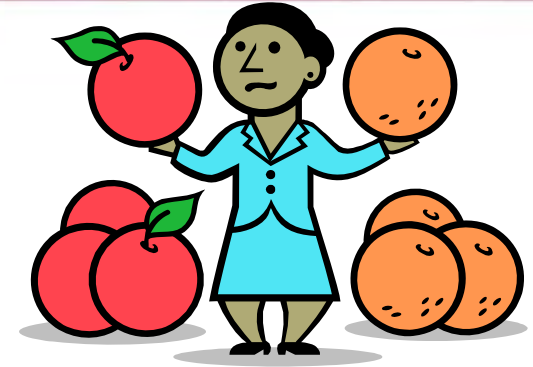
# Denominación de Origen: Concepto

**Es una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, un región o un lugar determinado, se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características especiales, se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.**

(Artículo 201 de la Decisión 486)



# Elementos de la DO



- Producto originario
- Producto que lleva el nombre del lugar geográfico
- Características especiales de ese producto (particularidades de los productos)
- Relación entre las características del producto y el lugar geográfico (factores naturales y factores humanos).



# Titularidad de las Denominaciones de Origen en el Perú

El titular de las denominaciones de origen reconocidas como tales es el Estado Peruano, quien a su vez autoriza su uso a aquellas personas que cumplen con los requisitos establecidos.



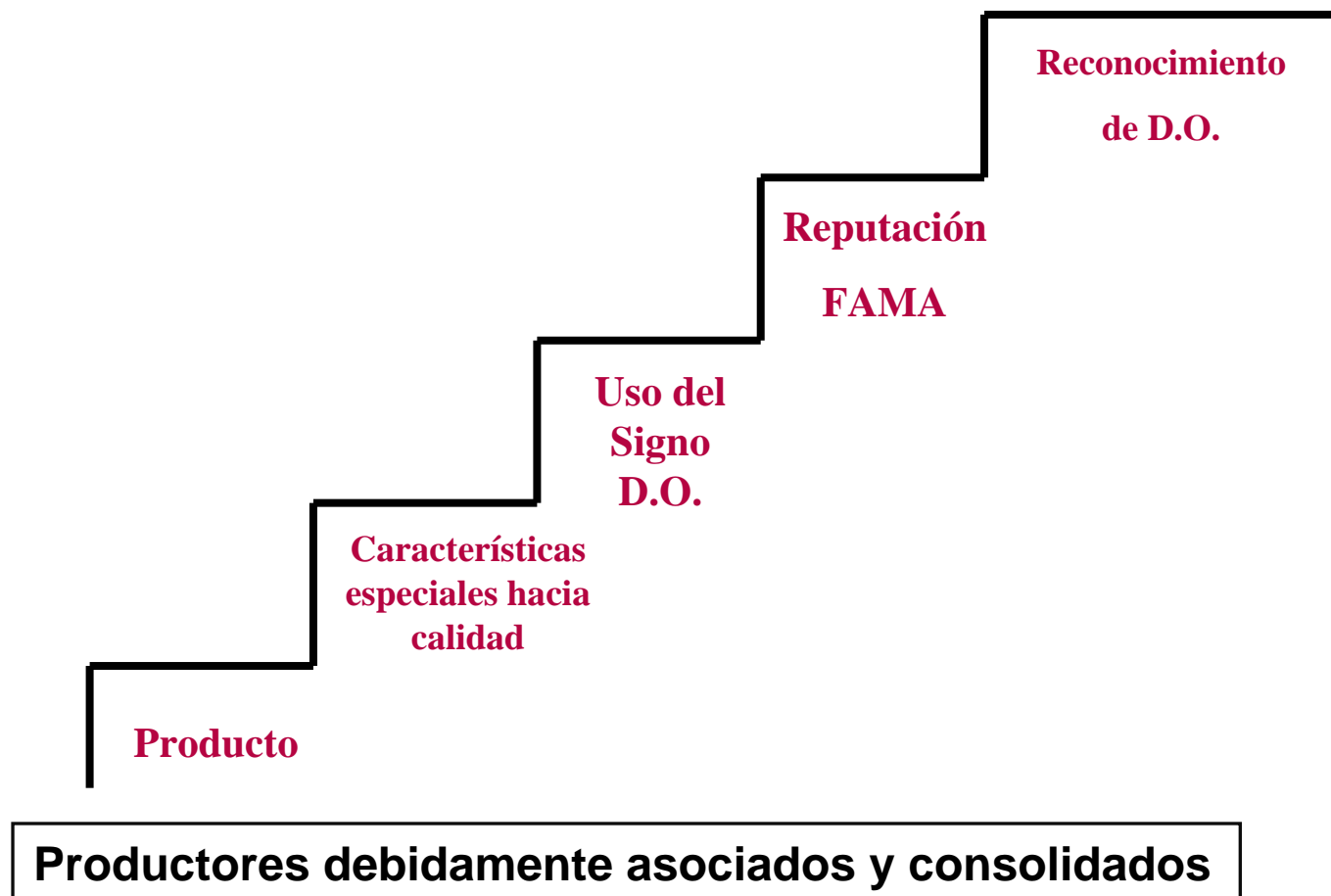
# CREACIÓN DE UNA DO.

- El proceso de formación de la DO.
- El “reconocimiento” de una DO.

Acto administrativo declarativo (reconoce) y constitutivo (a partir de su reconocimiento, se protege la DO).

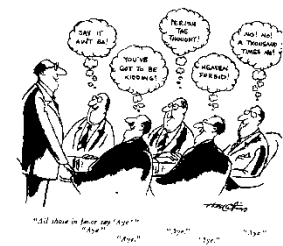


# PROCESO EVOLUTIVO DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN





# Propuesta Metodológica



Labor de  
Prospección

Participación  
Informada

Expediente  
Técnico

Registro  
De la  
Denominación

Administración  
De la  
Denominación



## En resumen

- Creación de valor económico
- Diferenciación de producto
- Promoción de las PYMES
- Promoción de las economías regionales
- Promoción de las exportaciones
- Preservación del ambiente
- Seguridad jurídica

**GRACIAS POR SU  
ATENCIÓN**



[www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)

[vperea@indecopi.gob.pe](mailto:vperea@indecopi.gob.pe)