

MCCG

— LAW FIRM —



Financiado por  
la Unión Europea



## **INOVA AMAZONIA 2024, Brasil, Manaus**

Agregar valor a los derechos colectivos, como herramientas de Desarrollo económico local, IG, M. Colectivas y M de certificación.

**Ray Meloni García**



[rmeloni@mcg-lawfirm.com](mailto:rmeloni@mcg-lawfirm.com)

# **ÍNDICE**

- 1. Derechos colectivos**
- 2. Herramientas de desarrollo económico local.**
- 3. Las marcas colectivas y su importancia económica.**
- 4. Las marcas de certificación y su importancia económica.**
- 5. Marca país**

# Estrategia de valorización

- Un **producto tradicional de origen** no es un mero producto agroindustrial o artesanal genérico, sino un **artículo de alta gama en potencia**.

Tienen una historia que contar

- Debe perfeccionarse el producto típico y convertirlo en un preciado bien que responda a las expectativas de una clientela exigente dispuesta a pagar por una elevada calidad y por esos atributos intangibles inherentes a los productos tradicionales de origen: la autenticidad y el vínculo territorial y que tengan sustentabilidad ambiental.

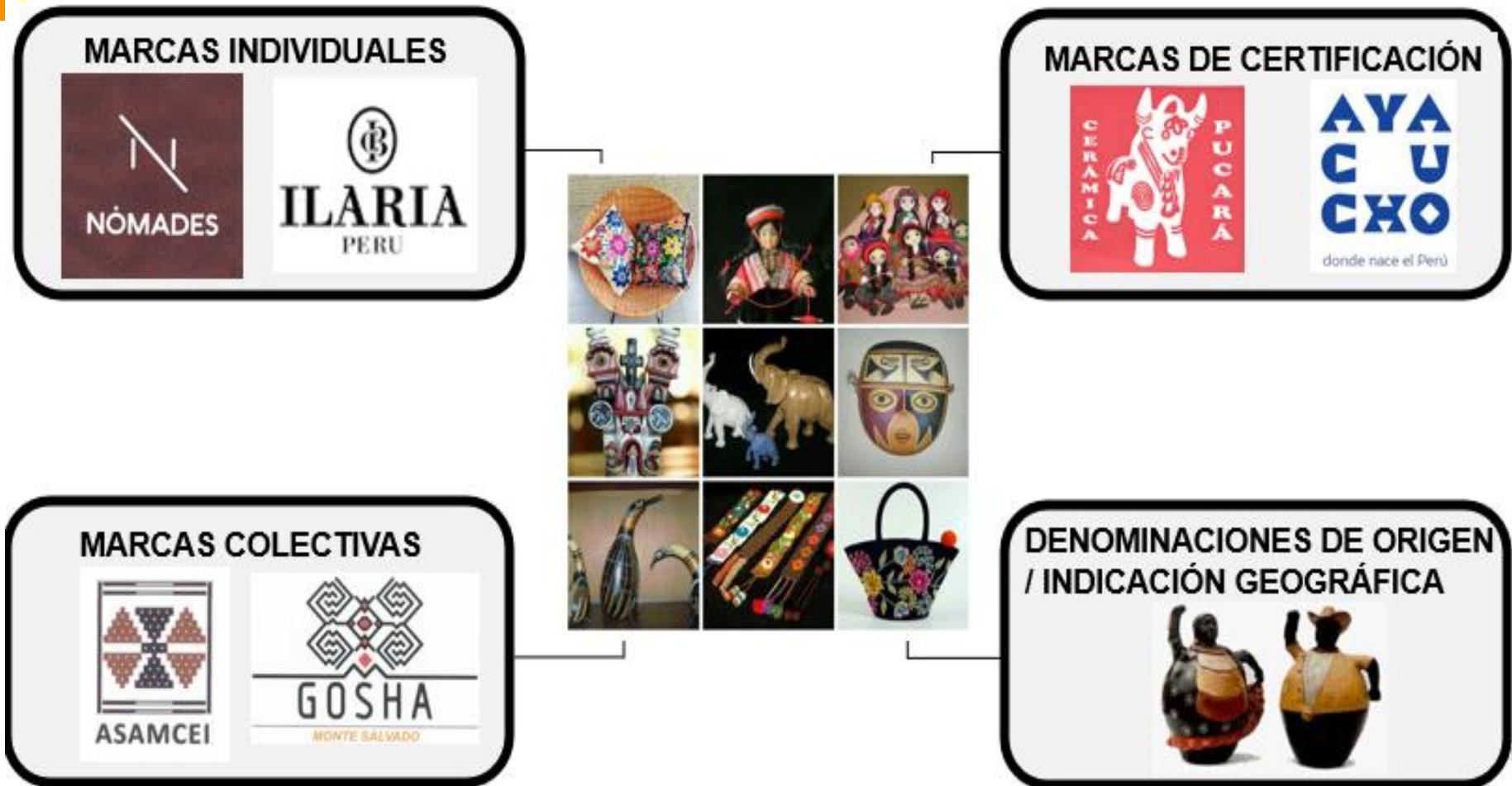


Los productores globales tiene diferentes formas de proteger sus derechos colectivos a través de DPI

- Los requisitos y condiciones que un producto y su nombre deben cumplir para obtener protección varían dependiendo del país en que se solicite.
- Por ello, es usual que un mismo producto esté reconocido en algunos mercados como IG, mientras que en otros sea una marca individual, marca colectiva o de certificación.



# En la producción local, la decisión recaerá en cabeza del titular



# Cuadro comparativo



## IG

Identificación y protección del verdadero origen de un producto, así como de las calidades y reputación vinculadas al mismo.

Pliego de condiciones.

Acreditar el factor natural y humano



## Marca de certificación

Certificación de calidades, atributos, origen, métodos de producción, etc., de productos/servicios de terceros.

Reglamento de uso



## Marca colectiva

Indica que los usuarios de la marca son miembros de la entidad titular y que todos los productos/servicios de dichos miembros comparten ciertas características (origen, calidades, métodos de producción, materias primas, etc.) Reglamento de uso.

## **2. ¿Qué es una marca colectiva?**

## ¿QUÉ ES UNA MARCA COLECTIVA?



AGRUPACIONES  
LEGALMENTE  
CONSTITUIDAS  
CONTROL DEL  
TITULAR



SIGNO  
DISTINTIVO

ORIGEN U OTRA  
CARACTERÍSTICA  
COMÚN

PRODUCTOS O  
SERVICIOS DE  
DIFERENTES  
EMPRESAS

**¿QUIÉNES  
PUEDEN SER  
TITULARES?**



**Asociaciones / Consorcios**



**Cooperativas**



**Comunidades campesinas**

¿CUÁLES SON LOS REQUISITOS?



# Solicitud de marca colectiva

# Copia de los estatutos

# Reglamento de uso

# Lista de integrantes

ZONA REGISTRAL N.º 11 - SÍDE LIMA  
 OFICINA REGISTRAL HUACHO  
 N.º Partida: 50221908

**sunarp**  
 ANSILACION CENTRAL DE EMPRENDEDORES DE ECONOMIA SOLIDARIA DEL PERU  
 ACEDEN PERU

**FACULTADES INSTITUCIONALES**

- 1.- Convocar y presidir las asambleas generales de asociados.
- 2.- Convocar y presidir las sesiones ordinarias y extraordinarias del consejo directivo.
- 3.- Firmar la correspondencia.
- 4.- Refrendar los balances presentados por el tesorero.
- 5.- Presentar la memoria anual de la institución.
- 6.- Convocar a elecciones generales y hacer entrega del cargo al cumplir su período.
- 7.- Hacer cumplir el estatuto y las resoluciones de las asambleas y actings del consejo directivo.
- 8.- Celebrar conjuntamente con el tesorero todo tipo de actos jurídicos y contratos que se requieran para el eficiente desenvolvimiento de la asociación.
- 9.- Interponer sus buenos oficios ante los representantes para el cumplimiento de los reclamos de los contratos que hubieran celebrado las asociaciones.

Derechos y Atribuciones del SECRETARIO (Art. 28° del Estatuto) del TESOERO (Art. 28° del Estatuto), del FISCAL (Art. 27° del Estatuto) y del VOCAL (Art. 28° del Estatuto).  
 El primer Consejo Directivo, integrado al mandato el 18/04/2022, el cual quedó conformado de la siguiente manera:  
**PRESIDENTE:** GABY NANCY OSORIO ROSALES, con DNI N° 21288212.  
**SECRETARIO:** SCARLETH JACLYN NAUPARI OSORIO, con DNI N° 74933015.  
**TESORERO:** MERCEDES ELOQUINA SANTOS PATRICIO DE CARRERA, con DNI N° 15688951.  
**FISCAL:** HUMBERTO ABEL CARRERA RAMIREZ, con DNI N° 15691212.  
**VOCAL:** ROSA MARIA LINO CARRERA, con DNI N° 15593339.

Presentación de Derechos: Título fue presentado el 18/06/2018 a las 04:23:39 PM horas, bajo el N° 2018-0177444 del Toño Diario 0070. Derechos cobrados S/ 60,00 soles con Recibo N° 0014031-263 -Huacho, 31 de Julio de 2018.

REGISTRADO EN EL REGISTRO PUBLICO  
 CONAREG 177X - SEC LIMA

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS  
 SOLICITUD DE REGISTRO DE: MARCA COLECTIVA  MARCA DE CERTIFICACIÓN

1. DATOS DE SOLICITANTE

Nombre del Solicitante			
Dirección			
Departamento			
Provincia			
Dpto. de Domicilio			
Provincia de Domicilio			
Dpto. de Representación			
Provincia de Representación			

2. ESPECIALIDAD REFERENTE AL PUNTO DE REPRESENTACIÓN

Especialidad que no está sujeta a la ley presentada en el expediente N° \_\_\_\_\_

Especialidad que está sujeta a la ley presentada en el expediente N° \_\_\_\_\_

3. DATOS DE LA ESPECIALIDAD REFERENTE AL PUNTO DE REPRESENTACIÓN

4. DATOS DE LA ESPECIALIDAD REFERENTE AL PUNTO DE REPRESENTACIÓN

5. DATOS DE LA ESPECIALIDAD REFERENTE AL PUNTO DE REPRESENTACIÓN



MEMORANDO DE INFORMACIÓN DE LOS INTEGRANTES DE LA ASOCIACION DE ECONOMIA SOLIDARIA DEL PERU

N.º	Nombre	Dirección	Dpto.	Provincia	Dpto. de Domicilio	Provincia de Domicilio
1	...	...	...	...	...	...
2	...	...	...	...	...	...
3	...	...	...	...	...	...
4	...	...	...	...	...	...
5	...	...	...	...	...	...
6	...	...	...	...	...	...
7	...	...	...	...	...	...
8	...	...	...	...	...	...
9	...	...	...	...	...	...
10	...	...	...	...	...	...
11	...	...	...	...	...	...
12	...	...	...	...	...	...
13	...	...	...	...	...	...
14	...	...	...	...	...	...
15	...	...	...	...	...	...
16	...	...	...	...	...	...
17	...	...	...	...	...	...
18	...	...	...	...	...	...
19	...	...	...	...	...	...
20	...	...	...	...	...	...
21	...	...	...	...	...	...
22	...	...	...	...	...	...
23	...	...	...	...	...	...
24	...	...	...	...	...	...
25	...	...	...	...	...	...
26	...	...	...	...	...	...
27	...	...	...	...	...	...
28	...	...	...	...	...	...
29	...	...	...	...	...	...
30	...	...	...	...	...	...
31	...	...	...	...	...	...
32	...	...	...	...	...	...
33	...	...	...	...	...	...
34	...	...	...	...	...	...
35	...	...	...	...	...	...
36	...	...	...	...	...	...
37	...	...	...	...	...	...
38	...	...	...	...	...	...
39	...	...	...	...	...	...
40	...	...	...	...	...	...
41	...	...	...	...	...	...
42	...	...	...	...	...	...
43	...	...	...	...	...	...
44	...	...	...	...	...	...
45	...	...	...	...	...	...
46	...	...	...	...	...	...
47	...	...	...	...	...	...
48	...	...	...	...	...	...
49	...	...	...	...	...	...
50	...	...	...	...	...	...
51	...	...	...	...	...	...
52	...	...	...	...	...	...
53	...	...	...	...	...	...
54	...	...	...	...	...	...
55	...	...	...	...	...	...
56	...	...	...	...	...	...
57	...	...	...	...	...	...
58	...	...	...	...	...	...
59	...	...	...	...	...	...
60	...	...	...	...	...	...
61	...	...	...	...	...	...
62	...	...	...	...	...	...
63	...	...	...	...	...	...
64	...	...	...	...	...	...
65	...	...	...	...	...	...
66	...	...	...	...	...	...
67	...	...	...	...	...	...
68	...	...	...	...	...	...
69	...	...	...	...	...	...
70	...	...	...	...	...	...
71	...	...	...	...	...	...
72	...	...	...	...	...	...
73	...	...	...	...	...	...
74	...	...	...	...	...	...
75	...	...	...	...	...	...
76	...	...	...	...	...	...
77	...	...	...	...	...	...
78	...	...	...	...	...	...
79	...	...	...	...	...	...
80	...	...	...	...	...	...
81	...	...	...	...	...	...
82	...	...	...	...	...	...
83	...	...	...	...	...	...
84	...	...	...	...	...	...
85	...	...	...	...	...	...
86	...	...	...	...	...	...
87	...	...	...	...	...	...
88	...	...	...	...	...	...
89	...	...	...	...	...	...
90	...	...	...	...	...	...
91	...	...	...	...	...	...
92	...	...	...	...	...	...
93	...	...	...	...	...	...
94	...	...	...	...	...	...
95	...	...	...	...	...	...
96	...	...	...	...	...	...
97	...	...	...	...	...	...
98	...	...	...	...	...	...
99	...	...	...	...	...	...
100	...	...	...	...	...	...

**¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS?**



**FOMENTA LA ASOCIATIVIDAD**



**FOMENTA LA ESTANDARIZACIÓN**



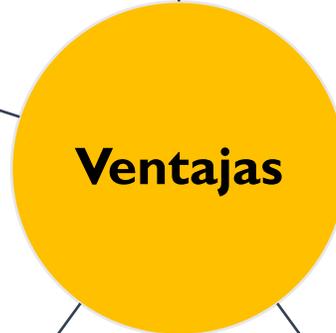
**USO CONJUNTO**



**COSTOS COMPARTIDOS**



**INSTRUMENTO DE DESARROLLO Y FORMALIZACIÓN**



# Programa de marcas colectivas



**Capacitación - webinars**



**Asesoría y registro virtual**



**Eliminación de tasa**



**Desarrollo y entrega de código QR, incorporación al mapa interactivo digital y promoción de casos de éxito.**

## CÓDIGOS QR



*Difundir y validar información sobre la marca colectiva: Descripción del producto, historias, cualidades especiales, contacto comercial, etc.*

## ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL Y DE SERVICIOS DEL VALLE DE HUATZIROKI

Marca Colectiva:



(Producto:

Café y sus derivados, Cacao y sus derivados, Maíz

Productos de Panadería, Productos de Chocolatería y otros (clase 30)

(Descripción:

Productos obtenidos directamente de manera natural y elaborados por los agricultores de la Asociación Agroindustrial y de Servicios del Valle del Huatziroki, de acuerdo con procesos y procedimientos de calidad establecidos en la organización, con la finalidad de fomentar productos frescos, de calidad y en óptimas condiciones.



(Momento de Producción:

Todo el año de acuerdo con la selección de cosecha de la madurez prima (frutos).

Historia de la Asociación Agroindustrial y de Servicios del Valle del Huatziroki:

La Asociación Huatziroki se creó con el objetivo de dar vida apegada a nuestro producto bandera que es el café en origen, especial y de calidad, respetando, cuidando y protegiendo el medio ambiente y fomentando el desarrollo sostenible de nuestros asociados.

La asociación está conformada por las familias Avellaneda, Cuyulupac, Cossio y Pacheco. Con fincas ubicadas en los diferentes anexos dentro del valle de Huatziroki, en un rango de altura de 1400 – 1800 metros. Las Familias Avellaneda y Pacheco se encuentran en el anexo San Martín. La familia Cuyulupac, se encuentran en el anexo Unión Pampa Hermosa y la familia Cossio en el Centro Poblado Villa Dorada. Entre estos anexos se ubican en la cuenca del Río Huatziroki, que nace en el bosque de protección Pui Pui, ubicado a 22 km de la ciudad de La Merced y San Martín de la provincia de Chanchamayo.

Familias articuladas a la Asociación:

La asociación beneficia a 30 familias con un promedio de 3 integrantes cada una, pertenecientes al Valle del Huatziroki, ubicado entre los distritos de Santa Ana-Perené, San Martín y La Merced – Chanchamayo, de la región Junín, quienes crearon esfuerzos para producir café de calidad lo cual les permitirá ser reconocidos en el mercado y elevar sus ingresos familiares.

Contacto Comercial:

Cristhian Cossio Avellaneda

E-mail: [cristhian@coxsiocafe.com](mailto:cristhian@coxsiocafe.com) / [cristhiancossio@hotmail.com](mailto:cristhiancossio@hotmail.com)

Celular: 983719747 – 985189790

Puerto de Venta: Jr. Tierra N° 288 – La Merced- Chanchamayo – Junín

Luis Herrera Cuyulupac Serpa

E-mail: [luisuyulupac@hotmail.com](mailto:luisuyulupac@hotmail.com)

Celular: 984711132 – 979248862

# Promoción: Participación en ferias comerciales



Reunión con aliados estratégicos para elaborar un cronograma de participación en ferias

Participación en ferias o ruedas de negocio organizadas por los Gobiernos Regionales y Locales

Organización de ferias como parte de las ceremonias de entregas de certificados

Organización de ferias organizadas por Indecopi en su sede central y ORIs

Ferias itinerantes en sedes de aliados estratégicos



# Promoción: En evento oriGIn: Ginebra (2023)

[Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual](#)

## **Productores peruanos participaron con Indecopi en Reunión Bienal sobre indicaciones geográficas en Ginebra**

Nota de prensa

Encuentro internacional permitió intercambiar experiencias para fortalecer y mejorar el sistema de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen peruanas.



Photo: PromPerú

imPerú

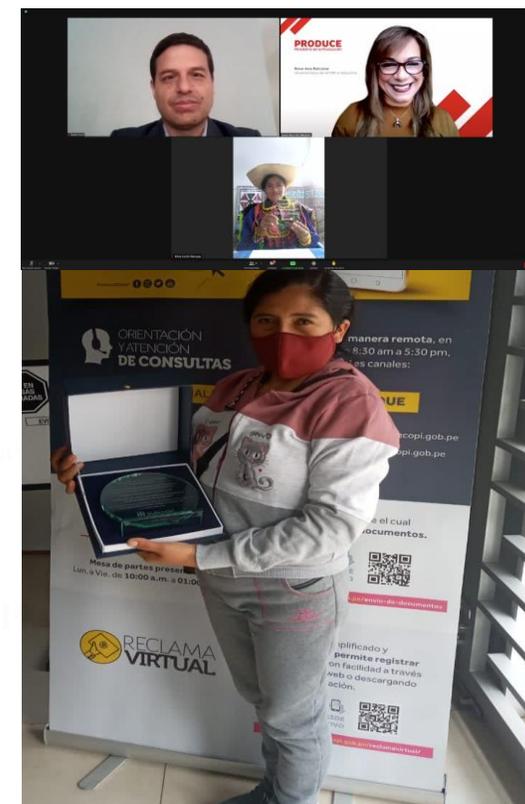
# Promoción: Casos de éxito



**ELABORACIÓN DE VIDEOS**



**ENTREVISTAS - PROGRAMAS DE RADIO**



**RECONOCIMIENTOS**

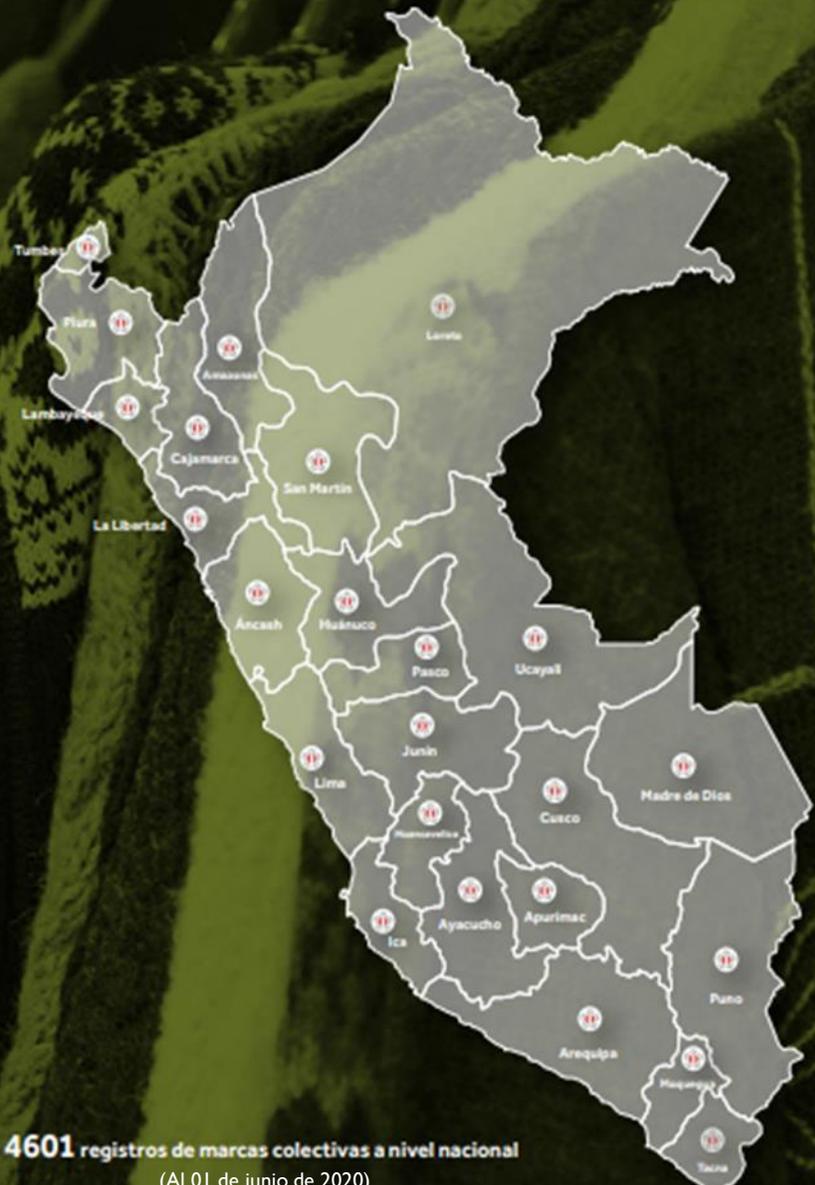
# CATÁLOGO DIGITAL



# MARCAS COLECTIVAS



4601 registros de marcas colectivas a nivel nacional  
(Al 01 de junio de 2020)



### **3. ¿Qué es una marca de certificación?**

## CONCEPTO



# ¿QUÉ ES UNA MARCA DE CERTIFICACIÓN?

Signo que se aplica sobre productos o servicios ofrecidos por empresas distintas del usuario de estas

Cuya calidad u otras características  
(Las condiciones de su elaboración; la calidad, procesos u otras características; origen geográfico, producto orgánico, etc)

Han sido certificadas por el titular de la marca.



### Titular

Empresa o institución, de derecho privado o público, o un organismo estatal, regional o internacional, titular de la marca de certificación.

La marca de certificación no podrá usarse en relación con productos o servicios producidos, prestados o comercializados por el propio titular de la marca.

### Usuarios

Personas autorizadas a utilizar la marca de certificación; debiendo cumplir con las normas establecidas en el reglamento de uso de la misma para la producción y/o comercialización de los productos que elabora o prestación de los servicios que brinda.

Condiciones de uso se fijan en un Reglamento.



**TITULAR DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN**

**USUARIO DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN**



DIRIGIDO A:



MINISTERIOS

GOBIERNOS REGIONALES

MUNICIPALIDADES

CÁMARAS / GREMIOS

ALGUNAS MARCAS DE CERTIFICACIÓN



ALGUNAS MARCAS DE CERTIFICACIÓN



## VENTAJAS



Es una **garantía** para los consumidores.

El consumidor tiene **confianza**, seguridad en la marca.

El usuario de la marca **refuerza** la reputación de su producto/servicio en el mercado.

Es un **valor agregado** que hace al producto más competitivo respecto a los productos/servicios idénticos o similares de los competidores.

Articulación de los distintos programas de desarrollos impulsados por el Estado bajo la marca país

Generación de círculos virtuosos: Turismo, gastronomía, artesanías, agroindustria=desarrollo local.

- **Rol del Estado (Reconocimiento, promoción, defensa)**
- **Rol de los beneficiarios (Gestión, administración y desarrollo de organismos de control, verificación y trazabilidad independientes)**
- **Prosperidad económica, sustentabilidad ambiental y justicia social.**

<https://www.youtube.com/watch?v=iZLeUmhyPvQ>

**RPE** Ruta  
Productiva  
Exportadora



