

Estrategias de marcas colectivas

PARA EL INGRESO A LOS MERCADOS
INTERNACIONALES

Herbert Figueroa gerencia@iyn.com.pe

25 de febrero de 2015

Lima, Perú

Nuestra agenda



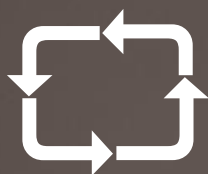
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



Nuestra agenda



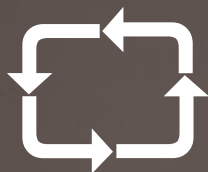
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



¿Qué son Signos Distintivos?



Signos Distintivos:
Elementos aplicados para diferenciar unos determinados productos o servicios en el mercado.

¿Qué son Signos Distintivos?



- ✓ Elemento de diferenciación
- ✓ Posicionan productos y/o servicios
- ✓ Medio de penetración en el mercado
- ✓ Consiguen lealtad de los clientes (fidelizar)
- ✓ Identifican origen
- ✓ Uniformidad del producto y/o servicio
- ✓ Constituyen una referencia para el consumidor

¿Qué son Signos Distintivos?



Marca o nombre comercial: Activos que concentran el prestigio y reputación de la empresa: su esfuerzo empresarial.

Marcas en el Perú



Marca país



Marca Perú: www.peru.info

Marca país

Argentina



Marca país



Marca global



¿Qué son Signos Distintivos?



Denominación de origen:

Emplea el nombre de una región o ámbito geográfico y que sirve para designar, distinguir y proteger un producto en función de sus **especiales características derivadas**, esencialmente, **del medio geográfico** en que se elabora, considerando factores naturales, climáticos y humanos.

Denominaciones de origen - Perú

- ▶ Maíz Blanco Gigante Cusco
- ▶ Chulucanas
- ▶ Pallar de Ica
- ▶ Café Villa Rica
- ▶ Loche de Lambayeque
- ▶ Café Machu Picchu-Huadquiña
- ▶ Maca Junín-Pasco

Protegidas por: Arreglo de Lisboa, Acuerdo UE-PE-CO, TLC PE-CA,

Denominaciones de origen



¿Qué son Marcas Colectivas?



Marca Colectiva: 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 es la propia organización.

Marcas colectivas extranjeras



Nuestra agenda



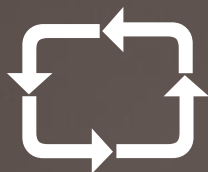
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



Nuestra agenda



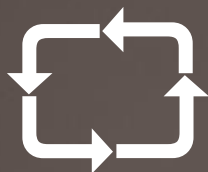
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



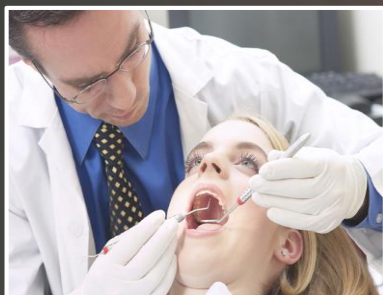
estrategias



¿Quiénes la pueden solicitar una Marca Colectiva?



Asociaciones de productores y fabricantes



Asociaciones de comerciantes y prestadores de servicios



Organizaciones y grupos de personas legalmente establecidas

Uso de una Marca Colectiva

- Pueden ser usadas por sus titulares y miembros que conforman el colectivo que registró.
- Usadas de manera conjunta con la marca individual.



¿Cómo registro mi marca?

- ▶ Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI
- ▶ Decisión 486 – 2000 CAN acuerdo común de propiedad industrial



¿Cómo registro mi marca?

Requisitos



- ▶ Presentar la **solicitud** indicando datos del solicitante o representante.
- ▶ Indicar cuál es el **signo** que se pretende registrar y sus elementos gráficos.
- ▶ Determinar los **productos, servicios o actividades económicas** que se desea registrar, y la clase(s) a la que pertenecen (Clasificación de Niza).
- ▶ **Pago** del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.46% UIT por clase: S/. 534.99 nuevos soles.

¿Cómo registro mi marca?

Trámite



- ▶ Tiempo de trámite promedio: 100 días
- ▶ 15 días hábiles para análisis formal de la DSD-INDECOPI
- ▶ 60 días hábiles para subsanar observaciones.
- ▶ 30 días para publicación en el diario oficial “El Peruano” (costo asumido por el solicitante)
- ▶ 10 años de vigencia, renovable.
- ▶ Adjuntar Reglamento de Uso.

Clasificación de Niza – OMPI / WIPO



- ▶ Sistema de clasificación de productos y servicios para Marcas Colectivas / Comunitarias.
- ▶ Consiste en 45 clases.
- ▶ 01 al 34 – Productos
- ▶ 35 al 45 – Servicios
- ▶ Ejemplos:
 - ▶ Clase 25 "prendas de vestir: calzado, artículos de sombrerería" // Clase 15: "instrumentos musicales"

Marca Colectiva – Reglamento de uso

Nombre de la organización solicitante

Objeto del reglamento

Indicaciones de la marca colectiva, productos y/o servicios ofrecidos.

Usuarios autorizados a su uso.

Condiciones de afiliación para su uso



Marca Colectiva – Reglamento de uso

- ▶ Los beneficiarios deben poseer cualidades comunes en:
 - ✓ Origen / procedencia
 - ✓ Productos y/o Servicios
 - ✓ Proceso Productivo
 - ✓ Comercialización
- ▶ Puede ser usada sólo como lo haya determinado la organización.
- ▶ Cada organización determina las faltas y sanciones por incumplimiento.



Nuestra agenda



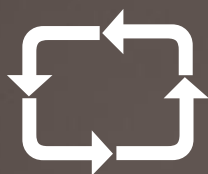
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



Nuestra agenda



definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



Beneficios de una Marca Colectiva



- ▶ Genera mejoras en la producción/servicios.
- ▶ Potencia canales de comercialización.
- ▶ Promueve intercambio, asociatividad y producción a escala.
- ▶ Valora el comercio justo y consumo responsable.
- ▶ Es una estrategia colectiva de desarrollo.

¿Por qué registrar tu marca?

Si no registras tu marca, no te pertenece y no puedes:

- ▶ Prever que estas cometiendo una infracción de marca.
- ▶ Impedir el uso de tu marca por terceros.
- ▶ Cuantificar el valor de tu marca para venderla o licenciarla.
- ▶ Proteger el trabajo de marketing, reputación online y posicionamiento en buscadores.



Nuestra agenda



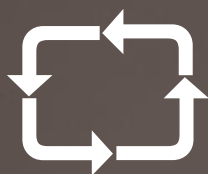
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



Nuestra agenda



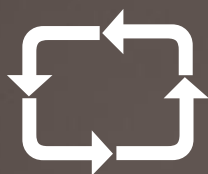
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias

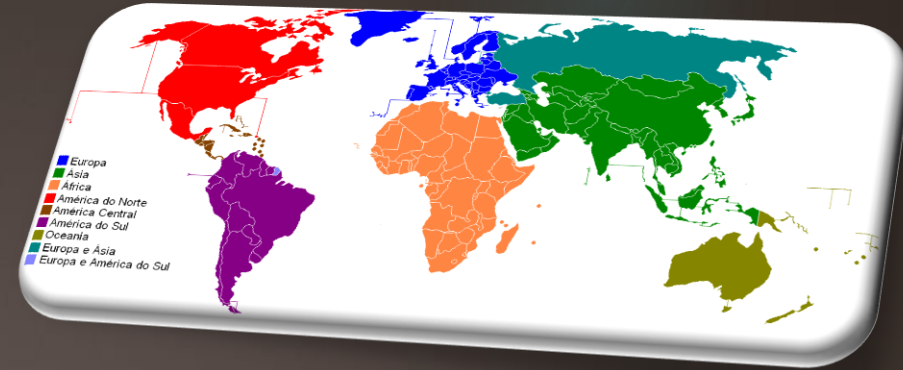


estrategias



Caso “Frutos de la tierra”

Territorialidad de la Marca Colectiva



- ▶ La protección es territorial.
- ▶ Por cada país un registro. (Excepto para marcas comunitarias: UE)
- ▶ Internet es un espacio sin fronteras, pero se debe registrar allí donde se puede y se comercializa.
- ▶ Por cada país hay un gasto
- ▶ Puede existir un registro anterior, idéntico o parecido al pretendido, que impida registrar y utilizar la marca en un país

Caso internacional - Ecuador

Caso Internacional - Argentina

Directorio Web

- ▶ INDECOPI – Consultas de registros de marca ▶ <http://sistemas.indecopi.gob.pe/osdconsultaspublicas/>
- ▶ Clasificación Niza – Búsqueda de clases en inglés y francés. ▶ <http://web2.wipo.int/nicepub/edition-20150101/taxonomy/?==&lang=en>
- ▶ Sistema Internacional de Registro de Marcas – Madrid / OMPI ▶ www.wipo.int/madrid/es/
- ▶ TMclass - Búsqueda y clasificación de Productos y Servicios (términos) ▶ <http://oami.europa.eu/ec2>

EL Valor de una marca hoy



1 Google: 158.843 m \$
2 Apple: 147.880 m \$
2 OBM: 107.541 m \$

Amazon es el 10°
64.255 millones de \$

 **MillwardBrown**

Mayo 2014

Nuestra agenda



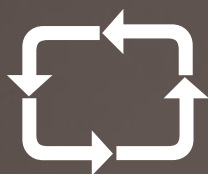
definiciones



solicitantes



beneficios



experiencias



estrategias



Nuestra agenda



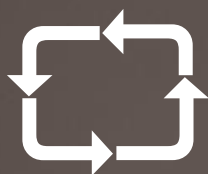
definiciones



solicitantes



beneficios

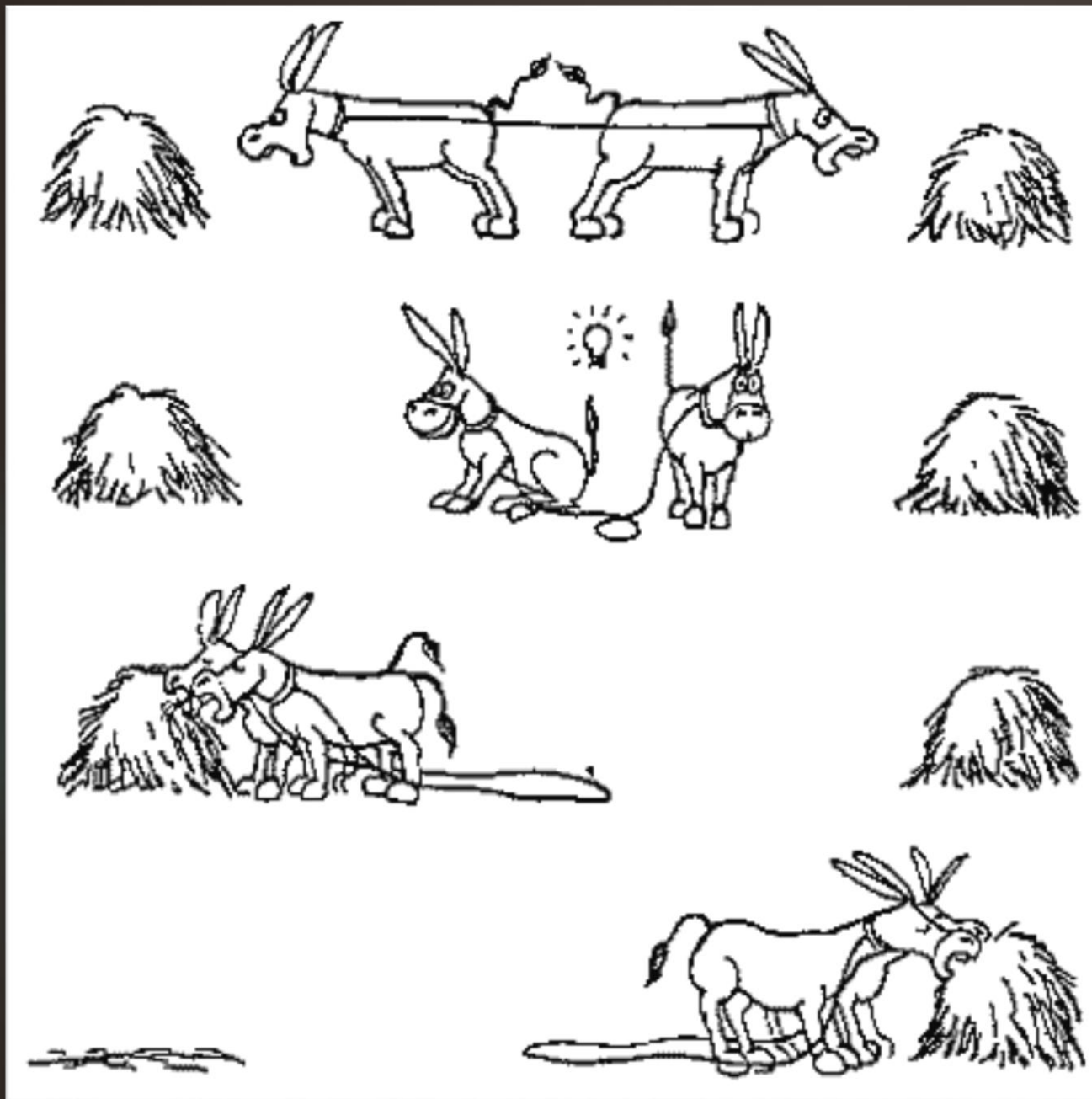


experiencias



estrategias





No estéis unidos en yugo desigual con los incrédulos, pues ¿qué asociación tienen la justicia y la iniquidad? ¿O qué comunión la luz con las tinieblas?

2 Corintios 6:14



Nuestras categorías favoritas:

Mira lo que más les gusta a nuestros usuarios y encuentra productos de todo el mundo.



Algunas cuantas...

- ▶ <http://www.artfire.com/>
- ▶ <http://www.madeitmyself.com/>
- ▶ <http://es.dawanda.com/>
- ▶ <http://www.bonanza.com/categories/Crafts>
- ▶ <https://www.zibbet.com/sell>

Retos y expectativas

- ▶ Estandarización diferenciada:
 - ◈ Desarrollo de la calidad del producto peruano.
 - ◈ Consolidación de líneas productivas.
 - ◈ INVASIÓN comercial.
- ▶ Formalización empresarial y promoción del empleo (auto-empleo).
- ▶ Generación de un nuevo entorno.



Investigación y Negocios

Desarrollo empresarial - Promoción comercial

Search...



Inicio

Inteligencia Comercial ▾

Promoción Comercial ▾

Asistencia Técnica ▾

Contacto

Asistencia especializada
para el desarrollo
de negocios

Hérbert Figueroa R.

Gerente general | Investigación y Negocios S.A.C.

www.iyn.com.pe – consultas@iyn.com.pe