

# Exportando con **Exporberto**



MARCAS COLECTIVAS Y  
CONSORCIOS DE  
EXPORTACIÓN

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## ÍNDICE

Presentación del tema _____	2
Objetivo general _____	2
Objetivos específicos de aprendizaje _____	2
<b>Introducción</b> _____	3
<b>1. Marcas colectivas y consorcios de exportación</b> _____	4
<b>1.1. Ventajas de usar una marca colectiva</b> _____	4
<b>1.2. Requisitos para el registro de marcas colectivas</b> _____	5
<b>1.3. Consorcio de exportación</b> _____	6
<b>1.4. Ventajas de un consorcio de exportación</b> _____	6
<b>Referencias bibliográficas</b> _____	7
<b>Sobre PROMPERÚ</b> _____	8
<b>Contáctanos</b> _____	8

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## Presentación del tema



Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este tema.

### Objetivo general

A través de este módulo podrás conocer los procesos que debe llevar a cabo un exportador para conocer las marcas colectivas y el consorcio de exportación.

### Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo del subtema “las marcas colectivas y el consorcio de exportación.” podrás:

Conocer las ventajas de usar una marca colectiva, los requisitos para el registro de marca colectiva, los consorcios de exportación y las ventajas de un consorcio de exportación.

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## Introducción

El registro de una marca de producto o servicio en Perú es vital para el desarrollo, crecimiento y beneficio financiero de un negocio. Para el éxito y la rentabilidad a largo plazo, una empresa debe proteger su historia y los productos o servicios clave: su marca. Ya sea una palabra, figura, letra, símbolo o una combinación de todo lo anterior, existen formas útiles de asegurar su credibilidad comercial.

La reputación de Perú como destino comercial viable está mejorando y, como resultado, está disfrutando de una mayor conectividad con socios comerciales nuevos y existentes. En Perú, todas las empresas que ingresan al mercado tienen la opción (y el derecho) de registrar la marca de su producto o servicio para protegerla del uso de otros y así beneficiarse de su éxito y esfuerzo.

El registro de marca en Perú no solo le otorga el uso exclusivo de la firma registrada. También puede usar este reconocimiento formal para transferirlo u otorgar licencias para su uso a terceros, asegurando más oportunidades de ingresos de su marca. Una marca legalmente reconocida tiene un valor económico y comercial que va más allá de representar los bienes y/o servicios que vende y diferenciarlos de los demás.

La entidad peruana a cargo del registro de marcas es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Si bien la mayoría de las empresas comprende el interés que reviste el uso de las marcas para diferenciar sus productos de los de sus competidores, no todas son conscientes de lo importante que es protegerlas a través del registro. Habida cuenta de la influencia que puede tener una marca para determinar el éxito de un producto en el mercado, es esencial que se le dé una protección adecuada.

Las empresas pueden usar su marca sin registrarla con las autoridades locales en Perú. Sin embargo, esto expone a las empresas a un riesgo considerable.

Sin la protección legal de su marca y sus signos distintivos, otras personas o empresas son libres de usar todo el diseño o elementos del mismo, para sus propios fines comerciales.

Esto no solo diluye su marca, historia y valores asociados con sus clientes, sino que aquellos que usan su marca también pueden redirigir una proporción de su base de clientes, perjudicando su flujo de ingresos.

Sin un registro formal con INDECOPI, no puede proteger legalmente su imagen o proteger su negocio de problemas de piratería. Esta elección puede ser potencialmente perjudicial para la reputación, credibilidad y salud financiera de su negocio.

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## 1. Marcas colectivas y consorcios de exportación

Las marcas colectivas comúnmente pertenecen a una agrupación de empresas. Su uso está reservado a los miembros de la asociación y distingue a los bienes o servicios de sus integrantes, de aquellos bienes o servicios similares de personas ajenas a la asociación.

La función de la marca colectiva es informar al público acerca de las características del producto para el cual se usa la marca. Asimismo, se permite que los miembros de la asociación utilicen junto a la marca colectiva, sus marcas individuales (que los diferencia entre sí). Por ejemplo, en una asociación de arquitectos o ingenieros, un miembro puede usar el logo de la asociación, así como su propia marca.

### 1.1. Ventajas de usar una marca colectiva

Fomentan la asociatividad, permitiendo a los miembros de la agrupación enfrentar el mercado de manera conjunta, obteniendo mejores condiciones para la producción de sus productos, como reducción de costos, mejores precios, financiamientos y accesos a nuevos mercados, entre otros.

Crean bases para la estandarización y mejoramiento de productos y servicios.

Permiten distinguir, de manera conjunta, sus productos o servicios en el mercado.

Permiten distribuir y reducir costos de producción, venta y transporte de productos. Así, los productos pueden llegar a grandes mercados y contribuir con el progreso de la localidad.

Por ejemplo:

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO



AGAP



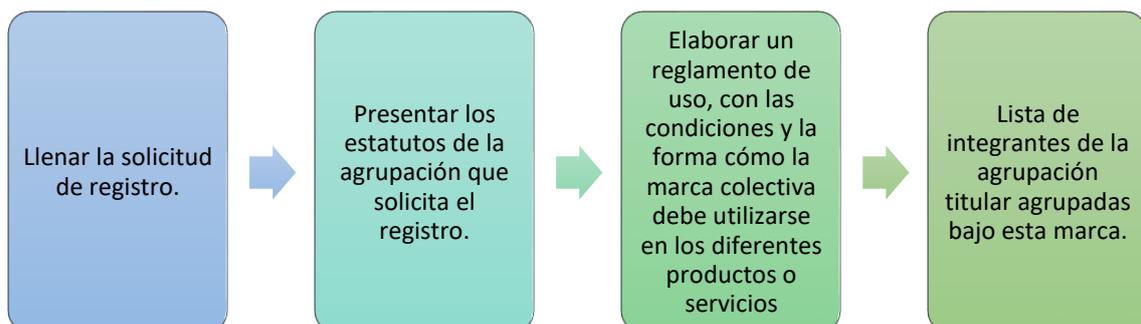
PERU FAIR  
TRADE



MISTURA

## 1.2. Requisitos para el registro de marcas colectivas

Para registrar una marca colectiva debes realizar los siguientes pasos:



# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## 1.3. Consorcio de exportación

El consorcio de exportación, es una alianza de empresas, unidas con el objetivo de facilitar y promover la exportación de sus productos mediante acciones conjuntas, reduciendo costos y riesgos en su proceso de internacionalización.

## 1.4. Ventajas de un consorcio de exportación

Los consorcios de exportación pueden ser el primer paso de una amplia estrategia de ingreso a los mercados internacionales, permitiendo acciones como:

Participación en ferias internacionales.

Investigaciones de mercado entre toda la agremiación.

Desarrollo de estrategias comerciales integradas.

Mejor negociación con los proveedores.

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## Referencias bibliográficas

**AMERICAN ASSOCIATION OF TEXTILE CHEMIST AND COLORIST (AATCC)** Métodos de prueba.

<https://www.aatcc.org/testing/methods/>

**AMERICAN APPAREL & FOOTWEAR ASSOCIATION (USAID)** Lista de sustancias restringidas.

[https://www.aafaglobal.org/AAFA/Solutions\\_Pages/Restricted\\_Substance\\_List.aspx](https://www.aafaglobal.org/AAFA/Solutions_Pages/Restricted_Substance_List.aspx)

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ)** (2020) “Guía de requisitos para la exportación de confecciones textiles”. Perú.

**CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION (CPSC)** Certificación de productos para niños para niños

<https://www.cpsc.gov/Testing-Certification/Childrens-Product-Certificate-CPC>

**CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION (CPSC)** Lista de laboratorios certificados

<https://www.cpsc.gov/cgi-bin/labsearch/>

**CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION (CPSC)** Guía de ftalatos para la industria

<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Business-Guidance/Phthalates-Information>

**CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION (CPSC)** Etiquetado de seguimiento para calzado en niños

<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/tracking-label/>

**CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION (CPSC)** Pruebas y certificaciones

<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Testing-Certification/>

**CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION (CPSC)** Guía de ftalatos para la industria

<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Business-Guidance/Phthalates-Information>

**FEDERAL TRADE COMMISSION (FTC)** Ley de etiquetado de productos de lana

<https://www.ftc.gov/node/119457/16%20CFR%20300>

**FEDERAL TRADE COMMISSION (FTC)** Prácticas desleales en el comercio

<https://www.govinfo.gov/content/pkg/USCODE-2011-title15/pdf/USCODE-2011-title15-chap2-subchapl.pdf>

# CAPACIDAD EXPORTADORA Y PLAN ESTRATÉGICO

## Sobre PROMPERÚ

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como objetivo posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.

En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:

- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.

## Contáctanos

### Plataforma de atención al exportador

Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima - Perú

Aló Exportador (01) 207-1530 | 719-2999

Correo electrónico [sae@promperu.gob.pe](mailto:sae@promperu.gob.pe) | [sae1@promperu.gob.pe](mailto:sae1@promperu.gob.pe)

 [fb.com/promperu](https://fb.com/promperu)

 [www.youtube.com/user/PeruExportador](https://www.youtube.com/user/PeruExportador)

 [twitter.com/promperu](https://twitter.com/promperu)

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

