



BOLIVIA • COLOMBIA • ECUADOR • PERÚ



SOMOS  
COMUNIDAD ANDINA

# **Cómo proteger y promover su cultura: Marcas colectivas y marcas de certificación**

Webinar, 28 de abril de 2021

Gentil invitación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual



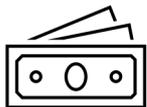
luesca



¿QUÉ ES UNA  
MARCA?



inversión



diferencia

refleja valores



PI

exclusión

HERRAMIENTA

¿POR QUÉ ES  
IMPORTANTE LA  
MARCA?



## Marca ordinaria



Juan



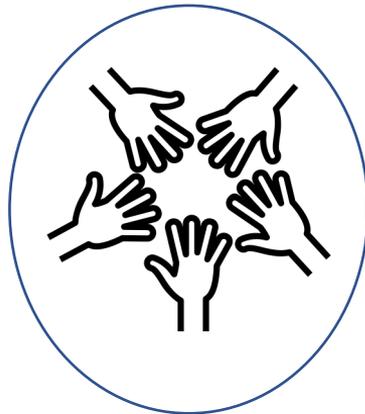
Juan S.A.



Manuel Luis María Bertha

 Asociación de  
trabajadores agrícolas  
Autónomos  
"Tierra Verde"

## Marca colectiva



Asociación Regional de  
Pequeños Productores  
Bananeros "Tierra  
Verde"

## Marca certificación



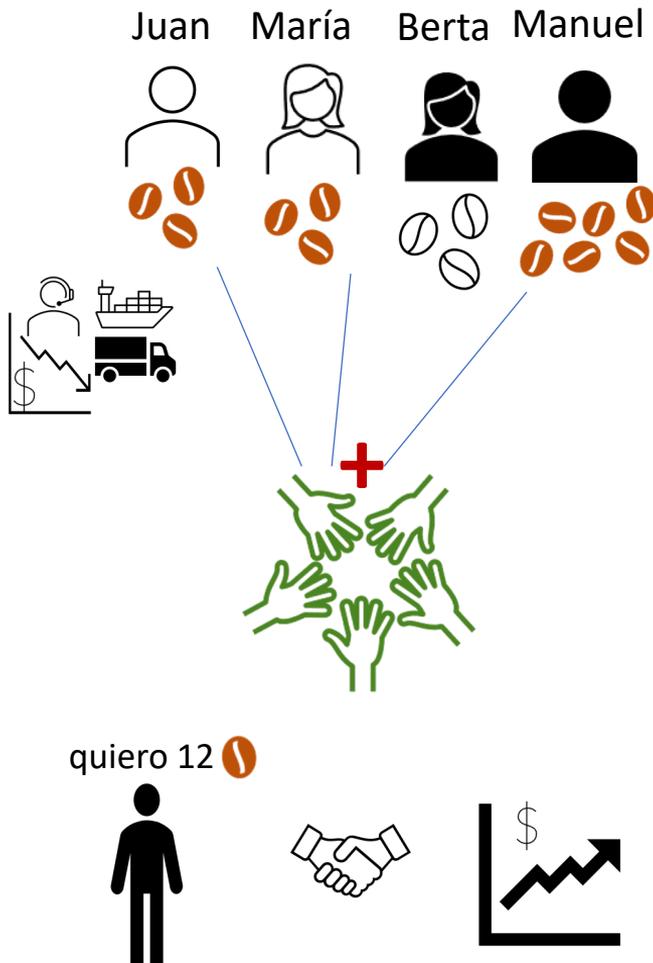
personería  
jurídica

¿Quiénes  
pueden ser  
dueños de una  
marca?



Signo que indica el origen u otra **característica común** de productos o servicios de personas o empresas diferentes y que se usa bajo el control del titular de la marca.

Titular: **entidad colectiva** (agrupa a personas -naturales o jurídicas-) autorizadas a usar la marca colectiva. Por ejemplo: una cooperativa de productores, una asociación, grupo **legalmente establecido**, etc.



**criterio  
común**

**¿QUÉ ES UNA  
MARCA  
COLECTIVA?**

**¿POR QUÉ Y  
PARA QUÉ  
OBTENERLA?**



- Indica **pertenencia** a la entidad colectiva titular de la marca.
- **Usada solo por miembros** de la entidad titular.
- El **reglamento** definido por la entidad titular determina:
  - (i) el **uso** de la marca
  - (ii) las **condiciones** y requisitos de los productos o servicios de los miembros, por ejemplo, calidad, características o procedencia geográfica.
- Presenta un estatuto que demuestre **personería jurídica**.

estatuto  
reglamento



lista

Puede  
cambiar

¿CUÁL ES EL  
SENTIDO DE UNA  
MARCA  
COLECTIVA?

(MODELO) **REGLAMENTO DE USO PARA LA MARCA COLECTIVA DE** (agrupación/entidad). Este reglamento regula el uso de la MC...Los anexos hacen parte integrante del mismo.

**PRIMERA: TITULARIDAD.**- (agrupación/entidad)

**SEGUNDA: DOMICILIO REAL Y DOMICILIO ESPECIAL** (para este reglamento)

**TERCERA: OBJETO.**- La MC distingue los productos, buscando aumentar su valor, introducirlos en nuevos mercados, mejorar su posición en el mercado actual, promover el desarrollo y la cultura local, proteger el medioambiente, salvaguardar los valores comunitarios y fomentar el desarrollo económico-social y cultural de la comunidad.

**CUARTA: CRITERIOS COMUNES DE LOS PRODUCTOS** Los productos serán creados, producidos, fabricados, elaborados o comercializados según las siguientes pautas: (esto también puede incluirse en un anexo).

reglamento

Puede  
cambiar

**MODELO DE  
REGLAMENTO DE  
USO DE LA  
MARCA  
COLECTIVA**



- calidad, procedimiento, cantidad
- compra de insumos, etc.
- manuales (de ser necesario)
- precauciones (daño Ambiental, laboral –no mano de obra infantil, seguridad de colaboradores-).
- igual oportunidad/trato/remuneración hombre y mujer
- envase, embalaje y etiquetado
- Cumplimiento de normas
- transparencia en manejo económico
- salvaguarda de prácticas ancestrales
- participación democrática de productores
- la limitación de terceros intermediarios
- gastos compartidos (ferias promoción, logísticos)
- sanciones

reglamento

Puede  
cambiar

**MODELO DE  
REGLAMENTO DE  
USO DE LA  
MARCA  
COLECTIVA**

### **QUINTA: ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN** (entre otras funciones)

- a. Administración interna o externa. Durará XXX años en sus funciones, pudiendo ser reelecta indefinidamente. Podrá ser removida o sustituida.
- b. Es representante legal. Lleva libro de actas
- c. Vela por el buen uso de la MC
- d. Promueve capacitación de miembros
- e. Traslada y mantiene base de datos actualizada con las autorizaciones de uso de la marca colectiva otorgadas.
- f. Registra y notifica faltas y sanciones
- g. Notifica cambio en el Reglamento de Uso
- h. Presenta informe annual
- i. Defender la marca colectiva

### **SEXTA: CONFIDENCIALIDAD**

reglamento

Puede  
cambiar

**MODELO DE  
REGLAMENTO DE  
USO DE LA  
MARCA  
COLECTIVA**

### **SÉPTIMA: USUARIOS AUTORIZADOS. REQUISITOS**

Será usuario quien preste el servicio o el productor.

Por tiempo XXX o indefinido.

Para ser nuevo usuario se presentará solicitud al administrador, etc.

### **OCTAVA: DERECHOS DE LOS USUARIOS AUTORIZADOS**

- a. Obtener muestras de la MC
- b. Acceder a información completa, real y actualizada sobre agrupación
- c. Usar la MC
- d. Oponerse a la habilitación de un nuevo usuario

### **NOVENA: PROHIBICIÓN DE REGISTRO Y USO INDEBIDO DE MC**

- a. Usuario autorizado no utilizará o registrará la MC y similar
- b. Usuario autorizado no usará la MC afectando la reputación de la MC, entidad, miembros.
- c. Sanciones si incumple

reglamento

Puede  
cambiar

**MODELO DE  
REGLAMENTO DE  
USO DE LA  
MARCA  
COLECTIVA**

## DÉCIMA: OBLIGACIONES DE LOS USUARIOS AUTORIZADOS

- a. Usar y supervisar el buen uso de la MC
- b. Asumir responsabilidad legal por incumplimiento
- c. Etiquetar productos con información básica comercial
- d. Informar a usuarios sobre un uso indebido de la MC
- e. Garantizar que servicios/productos cumplan con reglamento y leyes.

## UNDÉCIMA: FALTAS

- a. leves: usar MC con otros colores, en forma alterada, con otras medidas o proporciones, sin distinción suficiente
- b. moderadas: acumulación de faltas leves, en un año, defectos de elaboración
- c. graves: acumulación de faltas moderadas, dar información falsa; facilitar uso de MC a no autorizados
- d. comercialización de productos ilegales.

reglamento

Puede  
cambiar

**MODELO DE  
REGLAMENTO DE  
USO DE LA  
MARCA  
COLECTIVA**

## DUODÉCIMA: CONDICIONES FINANCIERAS

### DÉCIMO TERCERA: OBSERVANCIA DEL USO DE MC

- a. denuncia miembros, terceros, auditorías
- b. Administrador notificará al denunciado para su defensa
- c. Administrador notificará sanción

**DÉCIMO CUARTA: TERMINACIÓN:** La Asamblea lo hace.

DEFINICIONES

ANEXOS

reglamento

Puede  
cambiar

**MODELO DE  
REGLAMENTO DE  
USO DE LA  
MARCA  
COLECTIVA**



Marca Colectiva	año de registro	Titular
“WÉRRENGUE DE LOS PUEBLOS NONAM.”	2011	"ASOCIACION DE CABILDOS INDIGENAS DEL VALLE DEL CAUC. REGION PACIFICO (ACIVARP)"
“SOMBRERO VUELTAIO”	2011	RESGUARDO INDIGENA ZENU DE SAN ANDRES DE SOTAVENTO
MOCHILAS ARHUACAS	2011	RESGUARDO INDIGENA ARHUACO - IJKE
Denominación: “Coopalomeko”	2013	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE ARTESANOS DEL RESGUARDO WUACOYO COOPALOMEKO
Denominación: “ASOIMOLA”	2012	Asociación Indígena de Mujeres Artesanas "ASOIMOLA"
Denominación: “NABERA JUA”	2014	ASOCIACION DE ARTESANOS INDIGENAS Y POBLACION VULNERABLE NABERA JUA
Denominación: “epinayu”	2014	FUNDACION WAYUU EPINAYU WAKUAIPA WEKIRRUS WANEPYA
Denominación: “ARHUACO”	2016	ASOCIACIÓN DE AUTORIDADES ARHUACAS DE LA SIERRA NEVADA
Denominación: “ASOIMOLA Artesanas Cuna Dule”	2016	ASOCIACIÓN INDÍGENA DE MUJERES ARTESANAS
Denominación: “NEWEN MAPU”	2019	Asociación de Mujeres la Fuerza de la tierra Newen Mapu
Denominación: “San Basilio de Palenque”	2020	CORPORACIÓN ETNOTURISTICA DE SAN BASILIO DE PALENQUE CHITIAKU SUTO
Denominación: “ARTE SHEMBAENG”	2020	ASOCIACION ARTE SHEMBAENG MUJERES ARTESANAS CAMENTSA - ARTE SHEMBAENG
Denominación: “San Basilio de Palenque”	N/A	CORPORACIÓN ETNOTURISTICA DE SAN BASILIO DE PALENQUE CHITIAKU SUTO

Fina cortesía de la SIC, Colombia

500 productores de 13 comunidades, agrupados en 33 asociaciones.

Kg. S./3,5 a S/.25

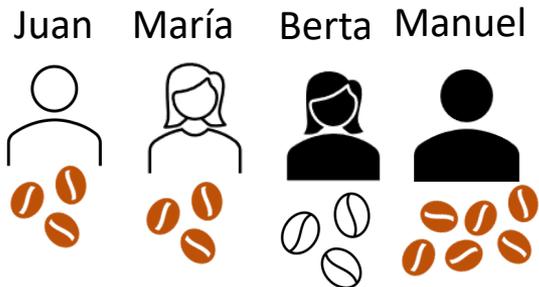
Asociación Conservacionista Agropecuaria Forestal de Marayhuaca, ubicada en el distrito de Incahuasi, en la sierra de Lambayeque.

registro  
PI

¿CÓMO SE PROTEGE UNA MARCA COLECTIVA?



- signo destinado a usarse con productos o servicios cuya calidad u otras **características** han sido **certificadas por el titular** de la marca.



**criterio  
común**

- indica que el **producto cumple con normas** o estándares de calidad legales o voluntarios, verificados por el titular de esa marca (la entidad certificadora)



**¿QUÉ ES UNA  
MARCA DE  
CERTIFICACIÓN?**

- **Entidad certificadora no usa marca**

quiero 



**¿POR QUÉ Y PARA  
QUÉ OBTENERLA?**



- La tribu cowichan habita en el Valle de Cowichan, una región en la Isla de Vancouver formada por siete aldeas.
- Miembros de la tribu vivían al aire libre y tejían prendas ropa y mantas.
- Consejo de la Tribu Cowichan de Columbia Británica, 1996 registró en OPI la marca de certificación “Cowichan”. Distingue “prendas de vestir, particularmente jerseys (pulóver o suéter), chalecos, ponchos, sombreros, gorros, manoplas, bufandas, calcetines y pantuflas”.
- Según el registro: “La marca de certificación será utilizada por quienes autorice el titular y acredita que las mercancías son producidas por los propios integrantes de la nación de los salish de la costa, y que se tejen a mano y están hechas de una sola pieza de conformidad con el método tradicional de la tribu, empleando para su confección lana pura sin teñir e hilada a mano, la cual se elabora y prepara de conformidad con el método tradicional de la tribu”.

# ejemplos

Información cortesía  
de Indecopi

Municipalidad Distrital  
de Pucará Puno, Perú

Solicitada en 2015  
Concedida en 2016  
Productos de cerámica

Fina cortesía de la OMPI

[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_1048.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1048.pdf)



### ▼ Application/Registration numbers

Application number	0792173
Registration number	TMA465836

### ▼ Status

CIPO status	REGISTERED
-------------	------------

### ▼ Key Dates

Filed	1995-09-08
Registered	1996-11-06

### ▼ Interested Parties

Registrant	COWICHAN BAND COUNCIL, 5760 Allenby Road Duncan V9L 5J1 BRITISH COLUMBIA
------------	--

### ▼ Descriptive Reference

Name	COWICHAN
Type	Word Mark
Category	Certification Mark

#### Details

### ▼ Index headings

COWICHAN

### ▼ Goods

(1) Clothing, namely, sweaters, vests, ponchos, hats, toques, mittens, scarves, socks, and slippers.

### ▼ Certification mark text

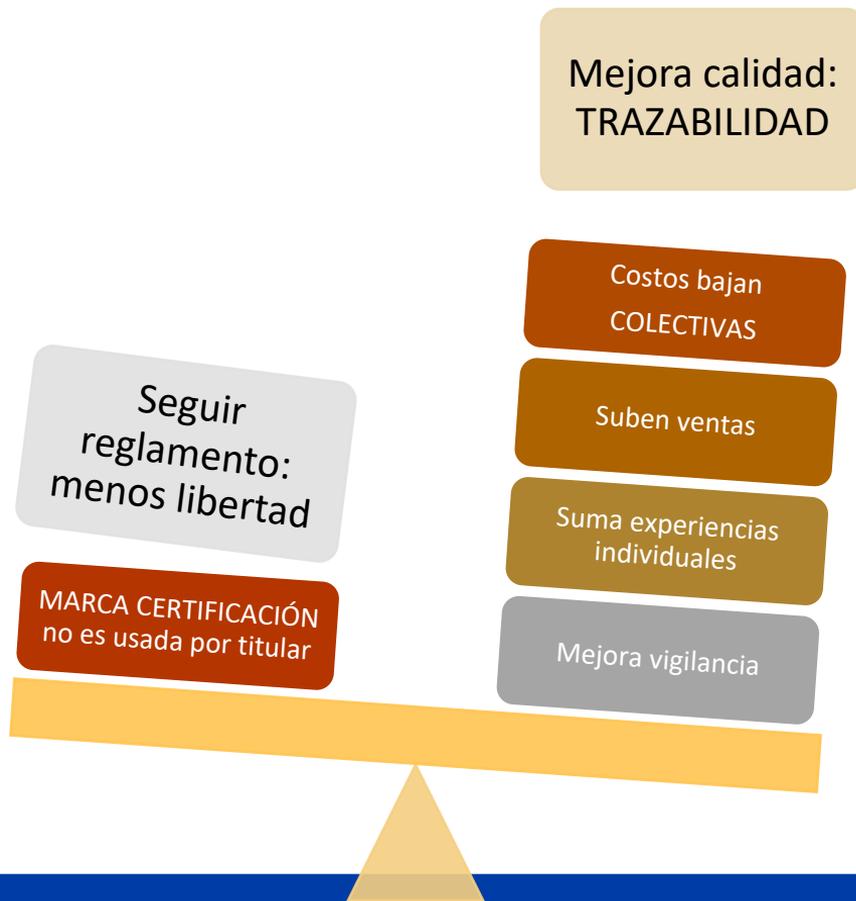
The certification mark, to be used by persons authorized by the certifier, will certify that the wares have been hand-knit in one piece in accordance with traditional tribal methods by members of the Coast Salish Nation using raw, unprocessed, undyed, hand-spun wool made and prepared in accordance with traditional tribal methods.

### ▼ Classification data

#### Disclaimer

The classification data is provided for information and searching purposes only. CIPO does not warrant the accuracy of the classes assigned to the trademark. This data has no legal value of any kind.

25 - Clothing, footwear, headgear



ASOCIATIVIDAD

ELEMENTOS A  
CONSIDERAR  
CON EL USO DE  
UNA MARCA  
COLECTIVA Y DE  
CERTIFICACIÓN

## MARCA:

- Distintiva
- no debe ser genérica, descriptiva ni engañosa en relación con los productos/servicios a los que se aplica;
- No debe ser idéntica ni causar confusión.
- CAN: Decisión 486, art. Prohibido usar expresiones, imágenes, símbolos de CI, salvo la propia comunidad.

## ASOCIATIVIDAD

## REGLAMENTO

## OTROS SECTORES ECONÓMICOS

(Turismo, gastronomía,  
artesanías)

asociatividad

marca

¿QUÉ ASPECTOS  
CUIDAR?

Deyanira Camacho  
Secretaría General de la Comunidad Andina  
[dcamacho@comunidadandina.org](mailto:dcamacho@comunidadandina.org)

# ¡GRACIAS!

**COMUNIDAD  
ANDINA**  
SECRETARÍA GENERAL



Av. Paseo de la Republica  
3895, Lima 27 – Perú  
Teléfono: (511) 710 6400

[www.comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org)

Síguenos en:



Búscanos como [comunidadandina](#)