

MARCAS COLECTIVAS

UNA SOLUCIÓN PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES

El sistema de Propiedad Intelectual / Industrial no hay que entenderlo como un fin en si mismo sino más bien como un mecanismo de desarrollo que puede estimular el crecimiento de las economías y reducir los niveles de pobreza. Mediante la protección de derechos, se puede llegar a incentivar la industria nacional y las exportaciones.



Uno de los varios mecanismos de protección que ofrece la Propiedad Industrial, es en este caso la llamada protección a las **Marcas Colectivas** que protege productos fabricados por un grupo de empresas preferentemente del sector de las PYMs, asociaciones de artesanos o fabricantes independientes. Esta protección permite distinguir un producto elaborado por ese conjunto de fabricantes o también prestadores de servicios y que tenga un común denominador que podría ser el material utilizado en el mismo, el modo de fabricación u otras características que los distintos fabricantes utilicen en el desarrollo del producto. El propietario de la marca colectiva será en este caso el responsable de garantizar que sus miembros o distintos fabricantes cumplan ciertas normas relativas a la fabricación.

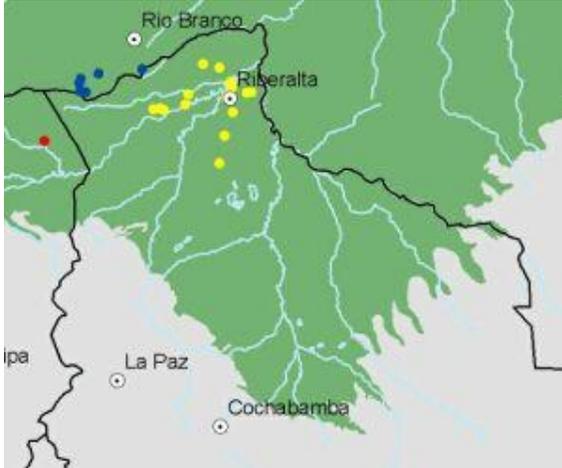
Las marcas colectivas se utilizan a menudo para promocionar productos fabricados por una colectividad y no sólo ayudan a comercializar estos productos dentro y, en ocasiones, fuera del país, sino que proporcionan un marco para la cooperación entre los

productores locales. De hecho, la creación de una marca colectiva debe acompañarse del desarrollo de ciertas normas y criterios y de una estrategia común. En ese sentido, las marcas colectivas pueden también convertirse en un poderoso instrumento de desarrollo local.

Dentro de esta protección pueden beneficiarse los productos que poseen ciertas características y relacionadas con las condiciones históricas, culturales y sociales de una región. El uso de las marcas colectivas puede servir para plasmar estas características y favorecer la comercialización de los productos en cuestión, en beneficio de todos los productores. Por ejemplo algunas empresas del sector PYM pueden perfectamente desarrollar su marca colectiva, establecer parámetros de calidad de fabricación y poder enfrentar una exportación que normalmente un productor individual no podría abastecer por problemas de economías de escala e inclusive pueden también desarrollar para el mercado local un producto que puede estar distribuido a nivel nacional.

Por lo tanto, las asociaciones de PYME, artesanos o fabricantes pueden registrar marcas colectivas con vistas a comercializar conjuntamente y mejorar así el reconocimiento de esos productos. Las marcas colectivas pueden utilizarse de la misma manera que una marca de fábrica de un producto determinado, de este modo las empresas o productores asociados pueden diferenciar sus propios productos de los de la competencia, al mismo tiempo que se benefician de la confianza de los consumidores en los productos o servicios que se ofrecen con esa marca colectiva.

En ese sentido las marcas colectivas son instrumentos útiles que ayudan a las PYME a superar algunas de las desventajas asociadas a su pequeño tamaño o a su aislamiento en el mercado.



El caso de la Marca Colectiva "Chirimoya Cumbe" en el Perú es posiblemente el más representativo de este tipo de protección toda vez que dicho producto agrícola generado por 106 comuneros debidamente empadronados y asociados ha sido capaz de generar una fruta de alto nivel de calidad homogénea que en este momento no solamente se ha convertido en una venta exitosa al interior de nuestro vecino Perú, sino también ya ha logrado penetrar a importantes mercados de exportación, con una marca distintiva que agrupa a varios productores independientes. El titular del registro de marca colectiva es el Pueblo de Santo Toribio de Cumbe,. Las reglas de uso de la marca están orientadas al manejo adecuado del producto chirimoya, producido en el valle del mismo nombre (Cumbe), el mismo que le da al producto características especiales por sus condiciones climáticas.

Las experiencias exitosas de las marcas colectivas no sólo han permitido a los pequeños y micro empresarios reducir sus costos, sino que les han hecho ganar mayor competitividad en el mercado. Mediante este mecanismo,

dichas empresas han protegido y diferenciado sus productos de forma menos costosa e incrementando la confianza de sus clientes.

Dado que los costos de inversión en el desarrollo de una marca, campañas de marketing y publicidad, pueden ser costosos para una PYME, las marcas colectivas se han constituido en un mecanismo que permite ahorrar costos a la vez que diferenciar productos fabricados por grupos de pequeños productores.

Parte de dicha estrategia consiste en el desarrollo de un concepto e imagen común que identifique a las PYME o productos elaborados por éstas, el establecimiento de "pactos de calidad" entre las mismas que debe instrumentalizarse a través de reglamentos de uso de las marcas.