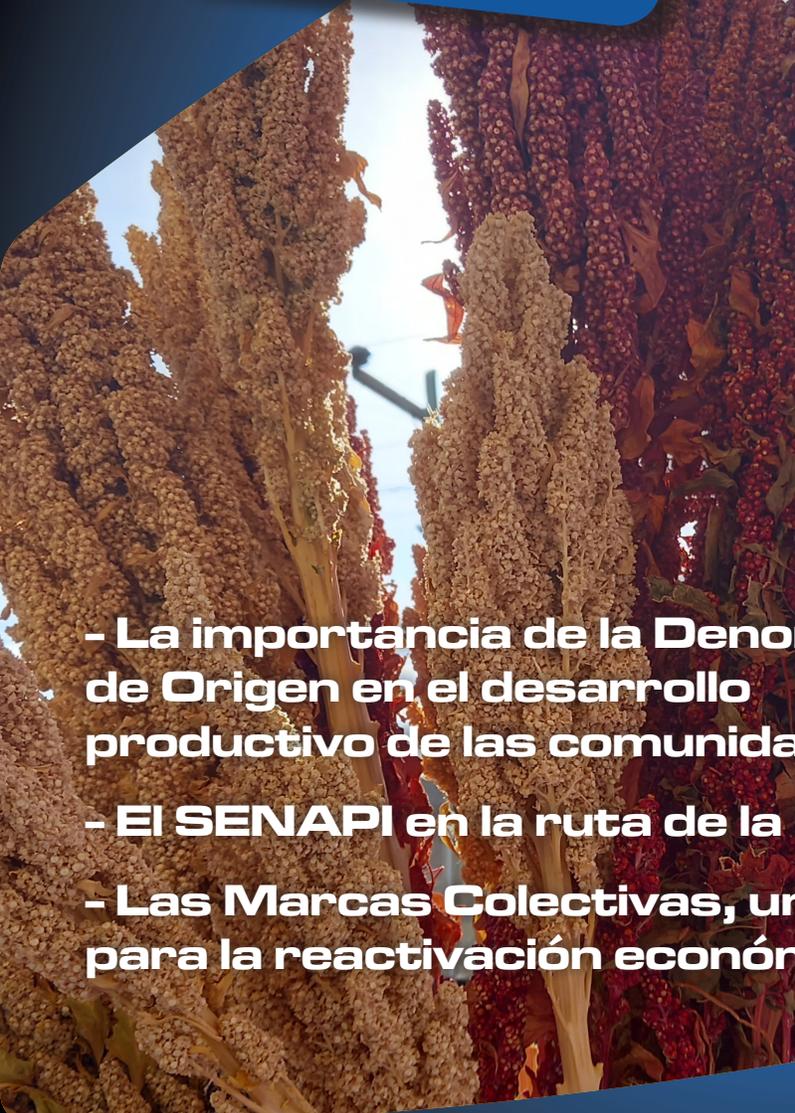


Cra **neando**

m a r c a s

Oct/2021 • No.2

- 
- 
- La importancia de la Denominación de Origen en el desarrollo productivo de las comunidades
 - El SENAPI en la ruta de la Quinoa
 - Las Marcas Colectivas, una opción para la reactivación económica



Contenido

PRESENTACIÓN

LA IMPORTANCIA DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LAS COMUNIDADES

LA IMPORTANCIA DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN EL COMERCIO EXTERIOR

EL SENAPI EN LA RUTA DE LA QUINUA

¿QUÉ SON LAS MARCAS COLECTIVAS?

MARCAS COLECTIVAS: CASO LAMPAYA Y EL CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE REGISTRO

MARCAS COLECTIVAS, UNA OPCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

LOS SIGNOS DISTINTIVOS



Luis Arce Catacora
Presidente del Estado Plurinacional de Bolivia

David Choquehuanca Céspedes
Vicepresidente del Estado Plurinacional de Bolivia

Néstor Huanca Chura
Ministro de Desarrollo Productivo y Economía Plural

Gregorio Mamani Quispe
Director General Ejecutivo
Servicio Nacional de Propiedad Intelectual - SENAPI

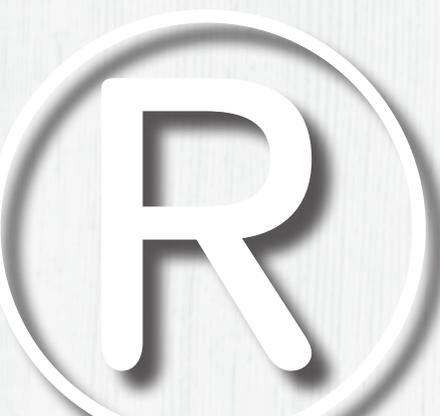
Revista
Craneando

Edición y Corrección
Comunicación Senapi

Diseño y Diagramación
Andrea Bohorquez Morales

Fotografías
Armando Ulloa Clavel
Andrea Bohorquez Morales

Página Web
www.senapi.gob.bo



PRESENTACIÓN

La revista **Craneando** se desarrolla en el marco de los lineamientos del presidente del Estado Plurinacional de Bolivia Luis Arce Catacora, del vicepresidente David Choquehuanca Céspedes y del ministro de Desarrollo Productivo y Economía Plural Néstor Huanca Chura, de la reactivación económica productiva del país; y se elabora con el objetivo de promocionar, sensibilizar e informar sobre la importancia del respeto y la protección de la propiedad intelectual y de sus creadores; además busca promover, impulsar y apoyar la innovación, las invenciones, el emprendimiento y la creación.

La propiedad intelectual es pieza fundamental en el desarrollo económico, por su papel como promotor de la reactivación económica frente a la crisis que se generó por la pandemia del Covid-19 y el gobierno golpista. Ahora que nos encontramos ante una transformación tecnológica, es fundamental el reconocimiento, discusión colectiva y análisis del creciente valor de los bienes intangibles que son fruto de la creatividad e innovación, es así que presentamos la Revista Craneando en su segunda edición.

La revista, tiene un formato dinámico y moderno para alcanzar a las mentes brillantes, creativas e innovadoras del país, brinda información útil y actual sobre temas de patentes, signos distintivos, derecho de autor y derechos conexos; además, es un recurso práctico para estudiantes, profesionales, sectores productivos, emprendedores, inventores y autoridades de los diferentes niveles del Estado.

¡Estamos saliendo adelante!

Gregorio Mamani Quispe
Director General Ejecutivo
Servicio Nacional de Propiedad Intelectual - SENAPI



En el marco de la Decisión 486, la Denominación de Origen (DO) es una indicación geográfica constituida por un país, región o un lugar determinado, que se utiliza para designar un producto originario cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusivamente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.

LA IMPORTANCIA DE LA PROTECCIÓN DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN RADICA EN SU DIFERENCIA RESPECTO DE LAS MARCAS TRADICIONALES

Esta definición desprende tres elementos fundamentales y básicos para la existencia de una denominación de origen:

- El primer elemento es el territorio, el lugar geográfico constituido por el nombre de un país o región, donde se origina el producto por algún

factor natural, de esa manera el nombre del signo emplea dicha denominación para distinguir al producto objeto de protección.

- El segundo elemento es el factor humano compuesto por los productores que se encuentran dentro el ámbito geográfico que se dedican directamente a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretende amparar con la denominación de origen.

- Por último, el tercer elemento es que el producto, protegido como denominación de origen, sea elaborado, extraído o cultivado por los productores en la región geográfica.

La Denominación de Origen solo puede existir si concurren éstos tres elementos que hacen a

su protección legal, asimismo, se debe tener en cuenta que la protección de la DO se fundamenta en la confianza que depositan los consumidores en la adquisición del producto con cierta calidad derivada de su origen geográfico y su producción con características únicas y particulares.

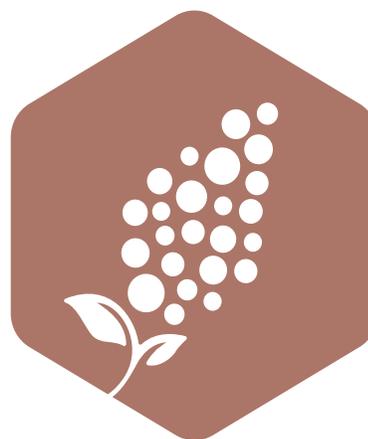
La importancia de la protección de una Denominación de Origen radica en su diferencia respecto de las marcas tradicionales, las DO no solo cumplen una función económica, sino la función social de contribuir al desarrollo productivo de la industria regional y del bienestar general de la población de la zona geográfica comprendida por dicha denominación. Es así que, el desarrollo productivo para las comunidades se afianza por el crecimiento de la producción, toda vez que generan ganancias económicas importantes en la comercialización y exportación de sus productos, justamente porque la DO le otorga posicionamiento en el comercio nacional e internacional, cuyo reconocimiento y protección contempla, además de los intereses de la comunidad, los intereses del país al que pertenecen.



Ventajas de obtener una Denominación de Origen

MEJORA LOS INGRESOS ECONÓMICOS DE LAS Y LOS PRODUCTORES IMPIDIENDO LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL MERCADO.

EL ESTADO SE CONVIERTE EN PROTECTOR Y FOMENTA LOS PRODUCTOS CON SELLO DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN.



DENOMINACIONES DE ORIGEN

EN NUESTRO PAÍS EXISTEN DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS, COMO POR EJEMPLO EL SINGANI, LA QUINUA REAL DEL ALTIPLANO SUR DE BOLIVIA Y EL AJÍ CHUQUISAQUEÑO.

IMPORTANCIA DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN EL COMERCIO EXTERIOR

**POR: SUSANA QUISPE CALLISAYA
EXAMINADOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

La protección de las Denominaciones de Origen (DO) emerge como una herramienta de desarrollo del espacio del comercio interno y externo, cuya calidad y característica se debe al medio en que se desarrollan; es decir, es la suma de factores como la naturaleza, clima y producción humana.

La DO es un reconocimiento a la existencia de ciertos productos en el mercado (alimentos, bebidas, artesanía) que gozan de características propias y los dotan de una calidad superior. Estas características son esencialmente atribuibles al lugar del cual proceden, considerando las condiciones naturales que se presentan en ese lugar, como la utilización de técnicas en la producción o extracción. La protección de las DO se justifica por la diferencia que exige una vinculación entre el producto y una región geográfica determinada.

La importancia de las DO está en la contribución que hacen a que el consumidor no sea engañado al momento de adquirir los productos, ya que estos guardan su propia originalidad y prestigio por la región donde se producen, la efectiva existencia de esta vinculación es esencial para justificar los importantes beneficios asociados al reconocimiento del derecho exclusivo que brinda la Denominación, es así que

en la Decisión 486 de la Comunidad Andina (CAN), norma que se aplica preferentemente en nuestro país, en su Artículo 201 señala que "Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos".

En nuestro país existen DO protegidas, como por ejemplo el Singani, la Quinua Real del Altiplano Sur de Bolivia y el Ají Chuquisaqueño.



Fuente: Pexels.com

EL SENAPI EN LA RUTA DE LA QUINUA

POR: ÁNGEL ARMANDO ULLOA

CLAVEL

ANALISTA TÉCNICO LEGAL EN RESOLUCIONES DE REVOCATORIA DE SOLICITUDES DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS Y MARCAS SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Un grupo de profesionales integrados por el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), institución que tiene como una de sus atribuciones el registro de Denominaciones de Origen (DO), junto con el Centro Internacional de la Quinua (CIQ), el Instituto Nacional de Innovación Agropecuaria y Forestal (INAF) y asociaciones privadas como la Asociación Nacional de Productores de Quinua (ANAPQUI), la Central de Cooperativas Agropecuarias Operación Tierra (CECAOT), las empresas QUINUABOL y ANDEAN VALLEY, la Sociedad Agropecuaria Industrial y Técnica S.R.L. (SAITE), la Cámara Boliviana de Exportadores de Quinua y Productos Orgánicos (CABOLQUI), la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC) y la Asociación de Productores de Quinua Salinas (APQUISA) realizaron un recorrido que duró cinco días por el Inter Salar de la Zona Sur del Altiplano, en los departamentos de Oruro y Potosí, con el objetivo de acompañar a la Comisión Reguladora de la DO en el proceso de auditoría de una de las principales Denominaciones de Origen que tiene Bolivia: la "QUINUA REAL DEL ALTIPLANO DEL SUR", registrada en el SENAPI.

La travesía comenzó el 24 de mayo del 2021, cuando el SENAPI visitó y capacitó a los pobladores y productores de quinua en los municipios de Salinas de Garcí Mendoza, Colcha K, Llika, San Agustín, y Uyuni junto a las asociaciones privadas encargadas de la producción, comercialización e industrialización de la quinua como: ANAPQUI, CECAOT, QUINUABOL, ANDEAN VALLEY, SAITE, CABOLQUI, CLAC y APQUISA.

Durante el recorrido al sur de Potosí y parte del territorio de Oruro, se transitó por varios lugares turísticos, entre ellos, el esplendoroso Salar de Uyuni, divisando la fauna, flora y parcelas de quinua ubicadas en los llanos y montañas de cada región.

El SENAPI junto a instituciones privadas y públicas fueron recibidas por autoridades comunales, productores y pobladores con usos y costumbres de cada región; entre ellas música autóctona, misas o huajt'a a la Madre Tierra con ofrendas de llama para una cosecha productiva, platos típicos hechos a base de Quinua, entre otros. Los productores y pobladores también expusieron a detalle el proceso del cultivo de la quinua desde su sembrado, cosechado, desgranado, trillado, venteado, embolsado natural y por último su almacenado mostrando así el proceso productivo apropiado, denominado línea de trazabilidad.

Según el Centro de Investigación de la Quinua (CIQ), la Quinua Real del Altiplano Sur de Bolivia se caracteriza por su inigualable beneficio proteínico al gozar de las propiedades territoriales debido a su cercanía con el Salar de Uyuni y tiene una diversa variedad: quinua rosada, quinua blanca, quinua negra, quinua pisankalla, quinua chochoka y quinua amarilla.

Denominación de Origen, una esperanza de reconocimiento al grano milenario llamado Quinua Real

El 18 de junio de 2021, el presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen, Erick Huayta Lázaro, dió a conocer los resultados generales de la Auditoría Técnica de las potenciales comunidades para la obtención del sello de Denominación de Origen de la Quinua Real del Altiplano Sur de Bolivia, que se aprobó en un acto realizado en el Viceministerio de Comercio Interno, con la presencia del viceministro Grover Lacoa Estrada y los técnicos que participaron en el plan piloto 2021.



¿Qué son las Marcas Colectivas?

**POR: LAURA DANIELA CORTEZ RAMOS
TÉCNICO EN SIGNOS DISTINTIVOS**

A manera de introducción, puntualizaremos el significado del término "Marca", etimológicamente la palabra "Marca" viene del léxico "comarca, marcar", otros dicen que tiene origen en el italiano "marcare", o del lexema germánico "merk", que significa (mercare = comprar). En el transcurso del tiempo esta palabra aparece empleada en los documentos con el significado de marcar, poner una señal de propiedad.¹

La Decisión 486 señala que: "*Es cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado*"², constituyen Marcas las palabras, letras, imágenes, los gráficos, números, o la combinación de los mismos.

De lo expuesto, consideramos que, la "Marca" es una señal, un signo distintivo, compuesto por un elemento denominativo o figurativo o la combinación de ambos, para distinguir en el mercado, productos o servicios. El registro de una marca la hace oponible frente a terceros, el titular ya sea persona natural o jurídica, goza de un derecho exclusivo territorial para usar y disponer del signo.

Ahora bien, concretamente abordaremos el significado de las Marcas Colectivas, etimológicamente la palabra "Colectiva/o", viene del latín "collectivus" (propio de un

grupo, asamblea, o reunión, o que puede formar grupo), derivado de colectivo o "collectionis" (reunión, colección), es decir representan a una multiplicidad de elementos que constituyen un grupo caracterizado por un rasgo común.³

Al respecto, Valdez Rosario emite el siguiente criterio: "Una Marca Colectiva es un signo distintivo que está conformado por un conjunto de símbolos susceptibles de representación gráfica cuyo titular es una entidad colectiva que agrupa a personas autorizadas a utilizarla y sujetas a un Reglamento de Uso o Empleo de la misma".⁴

Para Otamendi Jorge "La Marca Colectiva, como su nombre lo indica, es una Marca que es propiedad de muchos. O más bien, de una organización, una cooperativa, por ejemplo, cuyos miembros la pueden utilizar. Este uso podrá efectuarse en la medida en que los miembros respeten las condiciones establecidas para el uso por esa organización."⁵

Asimismo, para Dan Anthony las Marcas Colectivas son "Signos utilizados por los miembros de una asociación para distinguir sus productos o servicios de los de otras entidades".⁶

En resumen entendemos que, la Marca Colectiva es la especie del género de Marcas, que es también un signo distintivo, compuesto por elementos a saber, palabras, letras, números, gráficos, imágenes, o la combinación de los mismos, que distingue, productos (entendidos como la transformación de la materia prima, o productos extraídos de

¹ Mariano Arnal. El Almanaque vía online. <http://www.elalmanaque.com/lexico/marca.htm>

² Art. 134 de la Decisión 486 "Régimen Común Sobre Propiedad Industrial".

³ <http://etimologias.dechile.net/?colectivo>

⁴ Valores de Propiedad Intelectual: Las Marcas Colectivas Un valor intangible que incrementa los ingresos tangibles. Valdez Rosario. Valdez. 2011.

⁵ Derecho de Marcas. Otamendi, Jorge. Abeledo-Perrot, Bs.As.1995.

⁶ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Dan Anthony. 2013.

la naturaleza), o prestación de servicios, para distinguirlos por su origen, o por sus características comunes como ser el modo de fabricación, las técnicas o los procedimientos, la misma pertenece a una agrupación de personas, asociaciones de productores, fabricantes o prestadores de servicios legalmente establecidos, es decir el servicio o producto protegido es elaborado por un equipo, respetando protocolos previamente establecidos por los asociados.

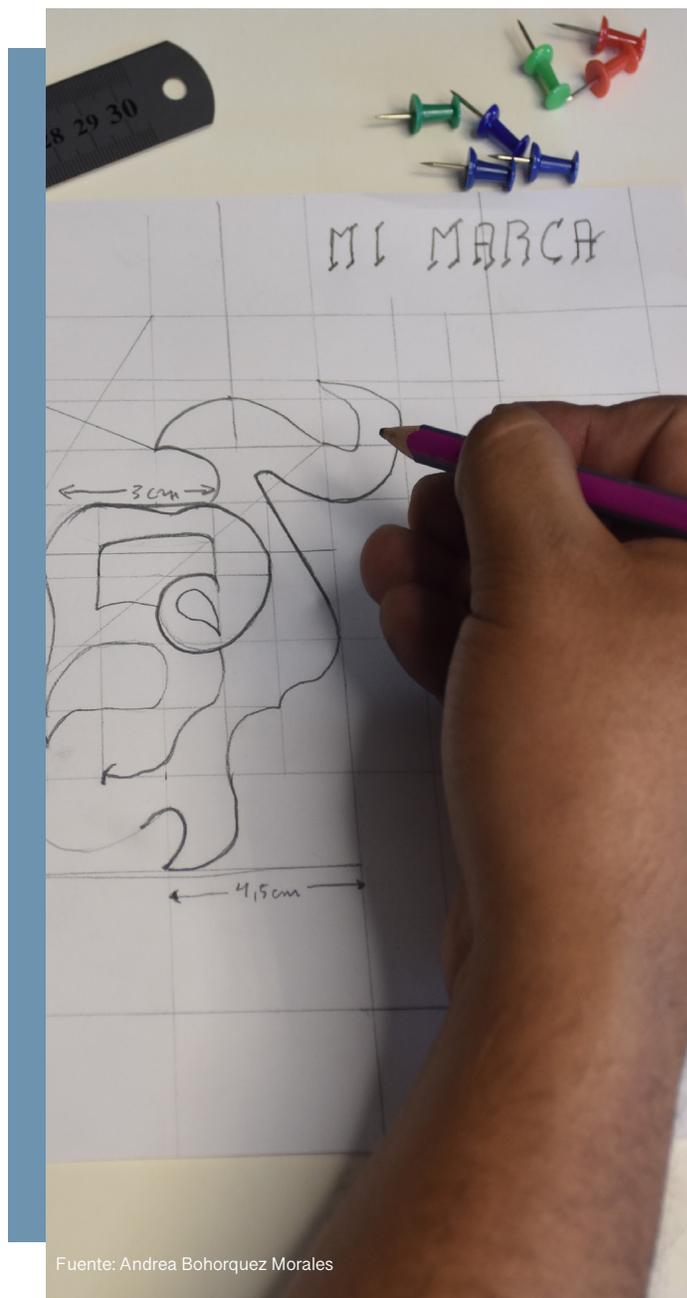
La titularidad de la Marca Colectiva

La Decisión 486 establece que la titularidad radica en las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos; de igual manera la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) señala "Su propietario puede ser una asociación de la que son miembros esas empresas o cualquier otra entidad, sea una institución pública o una cooperativa".⁷

La normativa es clara al puntualizar que el titular de una marca colectiva, será una asociación, entendiéndose a esta como una persona jurídica que se encuentra conformada por la pluralidad de las personas, sea física o jurídica. Es decir que estas asociaciones deben estar constituidas legalmente y contar con capacidad jurídica, de ahí se deduce que no podrán optar asociaciones de hecho, en tanto no gocen de la capacidad requerida.⁸

Finalmente, el "Estado como política económica, reconoce, prioriza y apoya la organización de estructuras asociativas de micro, pequeñas y medianas empresas productoras urbanas y rurales"⁹, a través del Ministerio de Desarrollo

Productivo y Economía Plural, y el SENAPI, emprende el apoyo de concientización y difusión para que más asociaciones asuman el reto y los beneficios de registrar una Marca Colectiva, para buscar su desarrollo económico, social y cultural, apostando por la asociatividad.



Fuente: Andrea Bohorquez Morales

⁷ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI. 2013.

⁸ La Marca Colectiva de Titularidad Jurídico-Pública. Palacios Montero.

⁹ Constitución Política del Estado. CPE. (2009. 7 de febrero). (En Línea).

Bolivia: FDO. EVO MORALES AYMA PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA.

MARCAS COLECTIVAS: CASO LAMPAYA Y EL CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE REGISTRO

POR: MAGALY BERNAL BERNA

TÉCNICO ASISTENTE DE SIGNOS DISTINTIVOS

Para que una persona jurídica obtenga la titularidad de un registro de Marca Colectiva, el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) establece requisitos formales y un procedimiento para su obtención, de acuerdo a los lineamientos legales para facultar a los titulares el uso exclusivo de la marca; en virtud a lo determinado por la Decisión 486 emitida por el Tribunal de la Comunidad Andina (CAN), que establece: "(...) se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente (...)".

Las Marcas Colectivas actúan como impulsoras del desarrollo económico a través del fomento al movimiento del aparato productivo, que se genera gracias la obtención de la titularidad de los registros de este tipo de marcas, las cuales coayduvan en la conformación de asociaciones, sindicatos, gremios o conjuntos de personas con representación legal, como estrategia para comercializar sus productos o servicios a nivel competitivo dentro de los mercados nacionales e internacionales.

Dentro del contexto nacional, desde la gestión 2009 hasta la 2019, se efectuó el registro de 20 marcas colectivas dentro el sistema que administra el SENAPI, entre las cuales resalta la marca "Lampaya Hortalizas", la cual analizaremos en el presente artículo, respecto al cumplimiento de requisitos con un enfoque didáctico.

Marca Colectiva "Lampaya".

La Asociación de Regantes Agua Dulce Lampaya ARADULA, conformada por 47 socios agricultores y propietarios de algunas parcelas ubicadas en la comunidad de Lampaya de la ciudad de Potosí, presentó su solicitud de registro de Marca Colectiva al SENAPI en fecha 28 de septiembre de 2018 a través de su representante legal Gerardo Apaza Alanes, bajo designación "Lampaya Hortalizas" (Denominativa - Figurativa) dentro de la clase N° 31 de la Clasificación Internacional de Niza, que se encarga de proteger servicios como: "productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta."

Las hortalizas producidas en la región de origen de esta empresa, llegaron a generar un sabor característico y único, llegando a ser solicitadas por consumidores de nuestro país hermano Argentina; este particular sabor fue obtenido a través de una forma de riego estratégico con agua captada de vertientes subterráneas de los ríos de Lampaya (Piña Pugio, Ciénega Grande y la Isla Palca), hasta llegar a la etapa final de la cosecha. Estas particularidades fueron identificadas dentro de la solicitud de Marca Colectiva, que fue concedida en fecha 22 de febrero de 2019 bajo el nombre "Lampaya Hortalizas".

La Asociación de Regantes "Agua Dulce Lampaya ARANDULA", dió cumplimiento a los requisitos básicos establecidos por el SENAPI, mismos que para conocimiento del lector se señalan a continuación:

1. Formulario PI-100 de solicitud de signo distintivo, que se encuentra disponible en la página sipi.senapi.gob.bo. Formulario compuesto por diferentes casillas que detallan los datos del titular o apoderado, así como de la marca colectiva.

2. Indicación del tipo de signo que se pretende registrar, que puede ser: denominativo, figurativo o tridimensional, entre los tipos más recurrentes.

En caso de que la solicitud sea de una marca con grafía, figurativa, mixta, tridimensional u otra marca no tradicional, se deberá incluir al formulario de solicitud PI-100, la reproducción en formato JPG de 4x4 cm.

Para los tipos de marca mencionadas de manera precedente, se deberá llenar el campo de descripción del signo, siendo indispensable que sea detallada conforme los elementos y características del logotipo para que tenga mayor protección; si el diseño fuera a colores, se deberá detallar los códigos pantone y su reproducción deberá hacerse bajo el mismo formato.

3. Indicar expresamente cuáles son los productos o servicios que desea registrar, así mismo señalar el número de clase conforme al Clasificador Internacional de Niza. La casilla de lista de productos sirve para identificar la actividad que se pretende proteger con la solicitud, debiendo clasificarla con la herramienta del Clasificador Niza, del 1 a la 34 para productos y de la 35 a la 45 para servicios.

4. Cuando se actúe a través de un representante legal, deberá adjuntar el original o copia legalizada del testimonio de poder con facultades específicas

para realizar el registro de Marca Colectiva; asimismo, si el apoderado desea presentar nuevos trámites a nombre de la asociación, podría solicitar el depósito de poder para que en futuras solicitudes de marca solo presente su copia simple.

5. Se deberá presentar el REGLAMENTO DE USO con los siguientes documentos:

- Copia legalizada de los estatutos de la asociación, organización o grupo de personas que solicite el registro de la Marca Colectiva.
- La lista de integrantes, acompañada de las correspondientes firmas de cada uno de ellos que exteriorice la voluntad de querer formar parte de la sociedad.
- La indicación de las condiciones y la forma cómo la Marca Colectiva, debe utilizarse en los productos o servicios.

6. Comprobante del pago a la cuenta de la Gaceta Oficial de Bolivia y una fotocopia del mismo para la publicación del trámite, previo cumplimiento de requisitos formales.

7. Nota de solicitud dirigida al o la Directora de Propiedad Industrial (opcional).

8. Pago de tasas por concepto de: registro de marca y título de concesión depositadas en la cuenta del SENAPI.

9. Toda la documentación deberá presentarse en un fólter de color amarillo, con el rótulo de la Marca Colectiva a registrar, la Clase Internacional de Niza y el nombre del solicitante en el orden señalado anteriormente y debidamente foliado (en forma numeral).

Los números de cuenta de banco para el pago de registro de marca y publicación en la Gaceta Oficial de Bolivia son los siguientes:

SENAPI BANCO UNIÓN N° CTA. 1-4668220		
Pago a SENAPI	Persona Natural y/o Jurídica Nacional	Persona Natural y/o Jurídica Extranjera
Solicitud de marca	500 Bs.	1000 Bs.
Título de concesión	250 Bs.	500 Bs.

GACETA OFICIAL DE BOLIVIA BANCO UNIÓN N° CTA. 1-293633		
	Persona Natural y/o Jurídica Nacional	Persona Natural y/o Jurídica Extranjera
Pago a Gaceta Oficial de Bolivia	255 Bs.	510 Bs.

El SENAPI, como una entidad especializada en el registro de marcas, en concordancia con la política de reactivación económica y con el fin de poner en movimiento del aparato productivo, busca facilitar la información descrita por medio de este artículo y así orientar al lector respecto a los requisitos a cumplir para el registro de una Marca Colectiva en nuestro territorio.

PARA QUE UNA PERSONA OBTENGA LA TITULARIDAD DE UN REGISTRO DE MARCA COLECTIVA, EL SENAPI ESTABLECE REQUISITOS FORMALES Y UN PROCEDIMIENTO PARA SU OBTENCIÓN.

Fuente: Andrea Bohorquez Morales



Las marcas colectivas son una alternativa para la reactivación económica en el país.

Como una de las iniciativas para la reactivación económica del país y para hacer frente a la pandemia de coronavirus (COVID-19), que dio un impacto drástico en la economía, debilitando el comercio con el cierre de una gran parte de las actividades productivas, se presentó el registro de las "Marcas Colectivas" como elemento para impulsar el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas de emprendedores, gremialistas, sindicatos, artesanos, productores y comunidades campesinas; distinguiendo la singularidad de sus productos o servicios en relación a los grandes competidores en el mercado manufacturero e industrial.

Sin duda, la Marca Colectiva constituye el elemento principal del patrimonio de los sectores micro empresariales, que, a su vez, permite fomentar los

derechos de propiedad industrial, principalmente en el contexto del comercio nacional que beneficia a la economía y agrega valor al producto, convirtiéndose en un flujo de crecimiento económico, como parte del desarrollo del país.

UNA MARCA COLECTIVA
BENEFICIA AL GRUPO DE
ASOCIADOS QUE LA USA YA QUE
PUEDE ABRIR PUERTAS EN EL
MERCADO

VENTAJAS DEL REGISTRO DE UNA MARCA COLECTIVA

Mencionaremos las ventajas del registro de este tipo de marcas, para el entendimiento del lector divididas en dos segmentos:

Para los titulares de la marca

- 1.** Acceso a un mayor mercado para las asociaciones, gremios o el conjunto de personas que tengan representación legal.
- 2.** A partir de su registro tienen distintividad frente a otras Marcas Colectivas además de dotar a los titulares medios de defensa para la protección de la Marca Colectiva.
- 3.** Son útiles para obtener financiamiento y apoyo del sistema gubernamental o privado.
- 4.** Al ser una característica de las Marcas Colectivas tener como titulares a varias personas se reduce el gasto por persona para el registro de este tipo de marcas.
- 5.** Permiten a pequeñas asociaciones enfrentar al mercado en forma conjunta, ya sea creando publicidad o una estrategia común de posicionamiento.
- 6.** El uso común de una marca obliga a unificar calidad y características determinadas de los productos o servicios marcados.

7. Se constituye en una herramienta para impulsar la publicidad de regiones o localidades (desarrollo de marcas locales).

8. El uso de Marcas Colectivas no impide solicitar el registro de marcas individuales o propias.

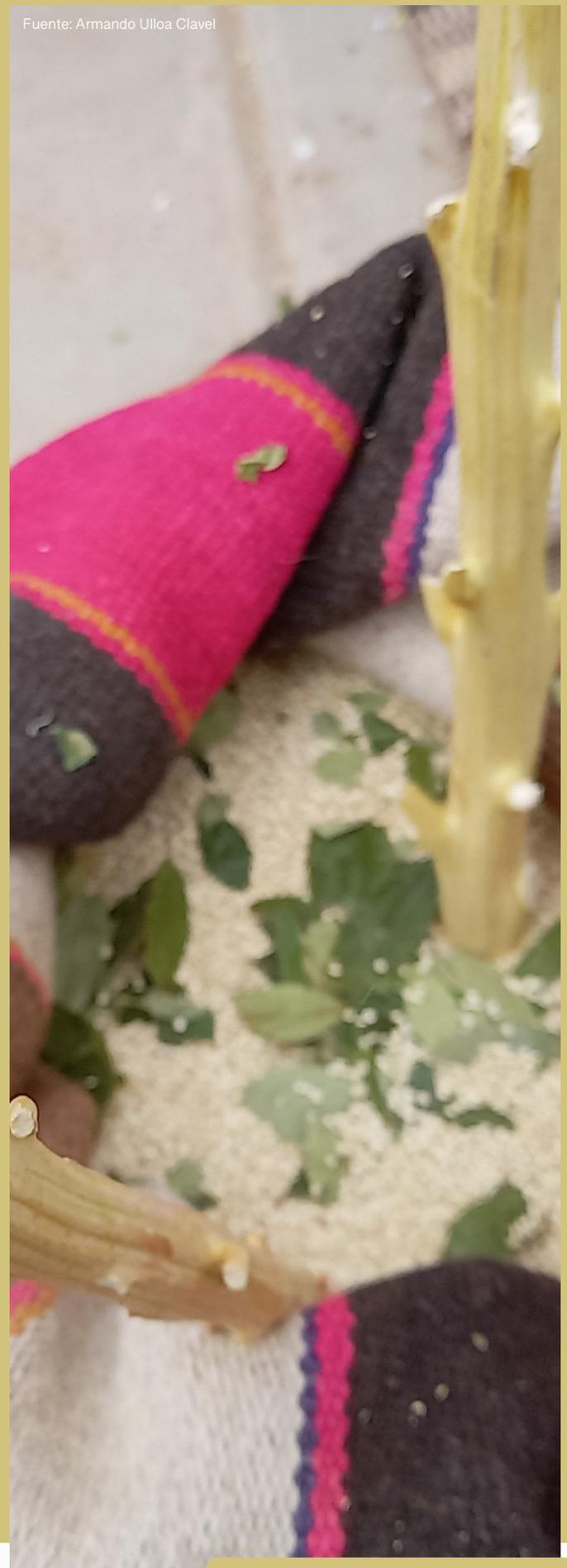
Para los consumidores

- 1.** El consumidor puede reconocer la calidad, características, procedencia empresarial y en algunos casos, territorial, de las marcas (productos).
- 2.** Todo producto con el registro ofrece una garantía.
- 3.** El consumidor tiene confianza en la marca y no teme el fraude o engaño.



En ese sentido, la Marca Colectiva se convierte en instrumento de desarrollo local, que puede estar relacionada con aspectos históricos, culturales, sociales y económicos de regiones donde se usa este tipo de marcas, de tal modo que a partir del registro de los productos o servicios que ofrece la Marca Colectiva se logra el posicionamiento en el mercado en el nivel comercial de la actividad desarrollada por la asociación, convirtiéndose en el motor del desarrollo socio económico del país, manteniendo así la calidad de lo que producen y elevando el nivel de competitividad en el mercado nacional e internacional; evitando, a su vez, el uso indebido de la buena fama y calidad alcanzada a través de la promoción y *marketing* de los mismos.

Las marcas colectivas son una alternativa para impulsar la reactivación económica en el país.





LOS SIGNOS DISTINTIVOS

Un signo distintivo es una marca que sirve para identificar productos o servicios en el mercado.

Puede influir en la decisión de compra de los consumidores, al momento de elegir un producto o contratar un servicio.

Se constituye en una herramienta importante para impulsar el posicionamiento de productos o servicios, así como para publicitarlos dentro del mercado.

TIPOS DE SIGNOS DISTINTIVOS POR LA FORMA DEL SIGNO

Signos denominativos

Son aquellos que identifican un producto o servicio a través de una o más palabras, dígitos, números, frases o combinaciones de ellos y que constituyen un conjunto legible y/o pronunciable.

Signos figurativos

Se compone únicamente por una figura o un gráfico.

Signos mixtos

Es la combinación de uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos gráficos.

Signos tridimensionales

Se manifiestan según la forma de los productos, sus envases o empaques que al contar con volumen pueden ser percibidas por el sentido del tacto, debe tomarse en cuenta que no pueden registrarse formas usuales o necesarias según el producto de que se trate.

Signos sonoros

Los signos sonoros deben ser representados gráficamente por intermedio de un pentagrama, sonograma u onomatopeya y acompañados de un archivo de sonido que soporte la grabación digital.

VENTAJAS DEL REGISTRO DE UN SIGNO DISTINTIVO

Una de las principales ventajas es el derecho al uso y explotación exclusiva del signo distintivo, el cual deberá usarse tal cual fue registrado, sin variaciones sustanciales.

Este derecho faculta a introducir, comercializar, publicitar, importar, exportar, almacenar, transportar, vender o prestar los productos o servicios identificados con el signo distintivo en el mercado.

Otra ventaja es que el titular puede otorgar autorizaciones a terceros para el uso del signo distintivo por una remuneración pactada, con la suscripción de contratos de licencia de uso, de representación, de distribución, entre otros.

El registro otorga al titular el derecho de exclusión de terceros, es decir, puede impedir que otras personas soliciten o registren signos similares o idénticos al suyo para productos o servicios o relacionados.

De igual forma, puede iniciar una acción de infracción cuando terceros hagan uso de su signo sin su autorización.





senapi

SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Protege Tu Creación

Oficina Central • La Paz

Av. Argentina entre calles Villalobos y Díaz Romero Edif. Angélica María N° 1914, zona Miraflores.

Telfs.: 2115700- 2119276- 2119251

Oficina Distrital • Santa Cruz

AV. Uruguay, Calle prolongación Quijarro, N°29, Edif. Bicentenario

Telf.: 3121752

Oficina Distrital • Cochabamba

Calle Chuquisaca N° 649, piso 2, entre Antezana y Lanza, zona Central – Noroeste

Telfs.: 4141403 - 72042957

Distrital • El Alto

Av. Juan Pablo II, Edif. Multicentro El CEIBO LTDA. Piso 2, Oficina 5B, Bloque B. zona 16 de Julio

Telfs.: 2141001 - 72043029

Oficina Distrital • Chuquisaca

Calle Kilómetro 7, N° 366, casi esquina Urriolagoitia, zona Parque Bolívar

Telf.: 72005873

Oficina Distrital • Tarija

Calle Ingavi, N° 0385, entre Santa Cruz y Méndez, zona La Pampa

Telf.: 72015286

Oficina Distrital • Oruro

Calle 6 de octubre, entre Ayacucho y Junín N° 5837 Galería Central, Of.14 (Ex Banco Fie)

Telf.: 67201288

Oficina Distrital • Potosí

Av. Villazón, entre calles San Alberto y Wenceslao Alba, Edificio AM SALINAS N° 242, Primer Piso Of. 17



www.senapi.gob.bo



Senapi Bolivia



72018156



@SenapiBol



@senapi.bolivia



Senapi Bolivia