



I SEMINARIO INTERNACIONAL SIGNOS DISTINTIVOS

que Protegen y Valoran la Calidad y el Saber Hacer como Mecanismo de Identificación y de

DESARROLLO ENDÓGENO

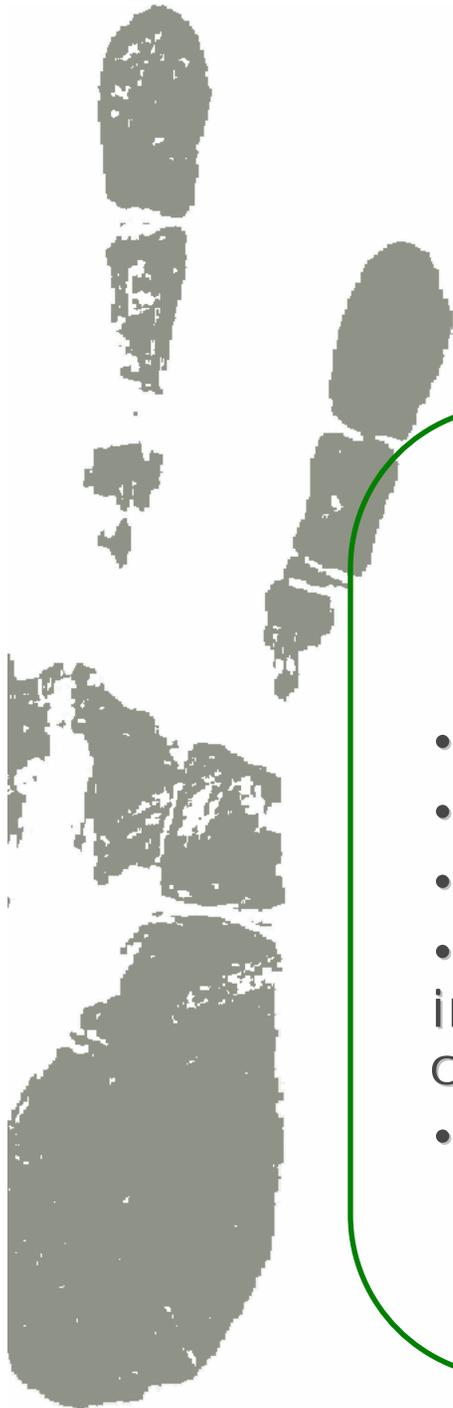


© Astrid Uzcátegui Angulo



Marca Colectiva

Es todo signo distintivo, que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios de los miembros de la asociación titular de la marca, de los productos o servicios de otras empresas.



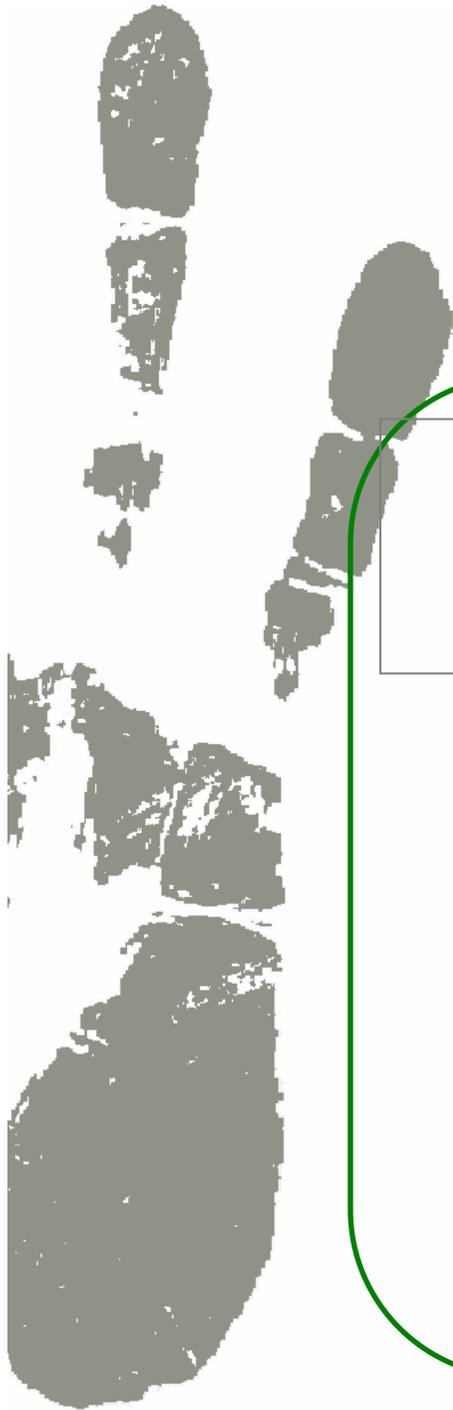
Características de la marca colectiva

- Se trata de una marca individual.
- De uso colectivo.
- Para productos o servicios
- Constituida por signos, denominaciones, imágenes, figuras, símbolos gráficos, letras o nombres geográficos.
- Condiciones de uso - Reglamento de uso.



Reglamento de uso

- Las personas autorizadas para usarla.
- Las condiciones de afiliación.
- Cualesquiera otras condiciones de uso de la marca.
- Los motivos por los que se puede prohibir su uso.
- Las sanciones que podrían ser aplicadas a los usuarios en caso de mal uso de la marca.



Casos en Venezuela

- Pepitonas Pescaraya (Estado Sucre).
- Café Bolivariano (Estado Sucre).
- Venezuela Integral (Productores cafetaleros Anzoátegui, Barinas, Lara, Portuguesa, Sucre, Trujillo y Mérida).
- Marca colectiva del Cacao de Ocumare de la Costa.
- Marca colectiva Café Venezuela (FEDECAVE).

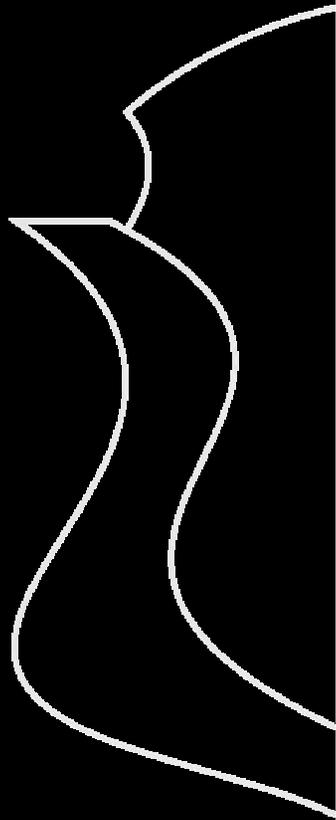


Reglamento de uso

- Las personas autorizadas para usarla.
- Las condiciones de afiliación.
- Cualesquiera otras condiciones de uso de la marca.
- Los motivos por los que se puede prohibir su uso.
- Las sanciones que podrían ser aplicadas a los usuarios en caso de mal uso de la marca.

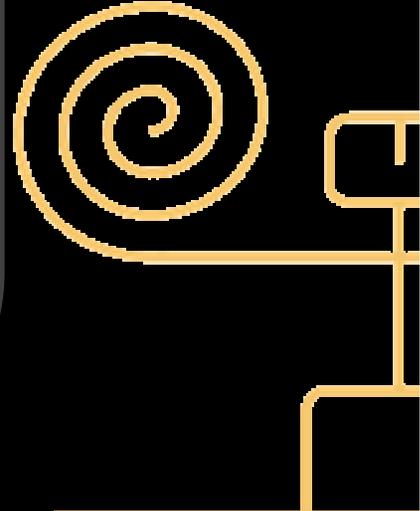


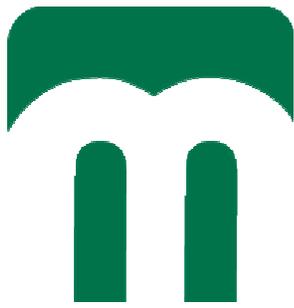
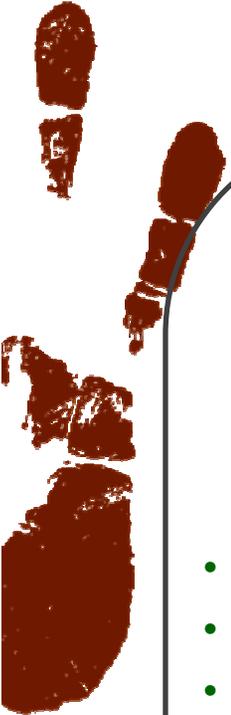
MARCA DE CERTIFICACIÓN

- Un signo distintivo destinado a atestar, asegurar e informar la presencia o ausencia de determinados atributos comunes en los productos o servicios que portan la marca, diferenciándolos respecto de aquellos que no han sido certificados, según las condiciones establecidas por el titular de la marca las exigencias de la Ley.
- 



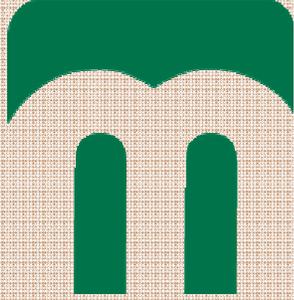
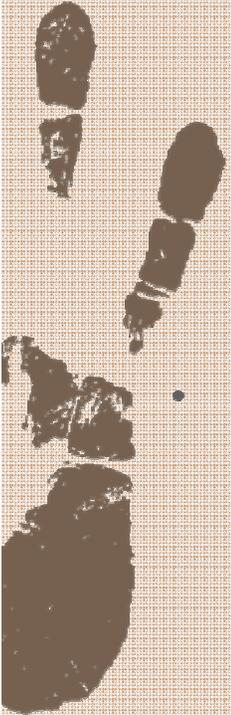
Características de la Marca de Certificación

- Puede estar constituida por cualquier palabras o elementos figurativos.
 - Se aconseja el uso de palabras que hagan saber que se trata de una marca que certifica determinadas características en el producto o servicio que la porta.
 - Calidad.
 - Naturaleza.
 - Material utilizado.
 - Procedimiento empleado en la elaboración.
 - Origen geográfico.
 - También podrán ser certificadas cualesquiera otras características en los productos o servicios, según las exigencias socioeconómicas de los consumidores y del mercado en general.
 - Condiciones de uso de la marca - Reglamento de uso
- 



Reglamento de uso de la marca de certificación

- Nombre y domicilio social del titular/certificador.
 - Personas autorizadas para usar la marca.
 - Requisitos, componentes, elementos, condiciones, origen o cualesquiera otras características
 - Las medidas que se adoptarán para verificar estas características
 - Los sistemas de control y vigilancia del uso de la marca.
 - Las responsabilidades y sanciones en que se pueda incurrir por un uso inadecuado de la marca.
 - El canon exigido a quienes utilicen la marca.
 - Prohibición de disposiciones contrarias a la ley, la moral y las buenas costumbres.
- 



Denominación de origen

- Es una denominación geográfica que se utiliza para distinguir productos agrícolas que reúnen las características determinadas en el pliego de condiciones respectivo, vinculada fundamental y exclusivamente al medio geográfico por sus factores naturales y humanos, reservada para el uso exclusivo de las empresas o unidades de producción establecidas, o que lo hagan en el futuro, en esa determinada región o localidad, siempre que sus productos reúnan las características que la hacen acreedora a este derecho de exclusividad como titular colectivo.
- 

Ventajas económicas de la denominación de origen

- Creación de un mayor valor económico.
- Forma eficaz para competir con los productos genéticamente modificados.
- Promoción y desarrollo de empresas familiares y, consecuentemente, de las economías regionales y locales.
- Promoción de exportación de productos agroalimentarios adecuados a estándares internacionales.
- Preservación del ambiente y de la cultura local.

Casos en Venezuela



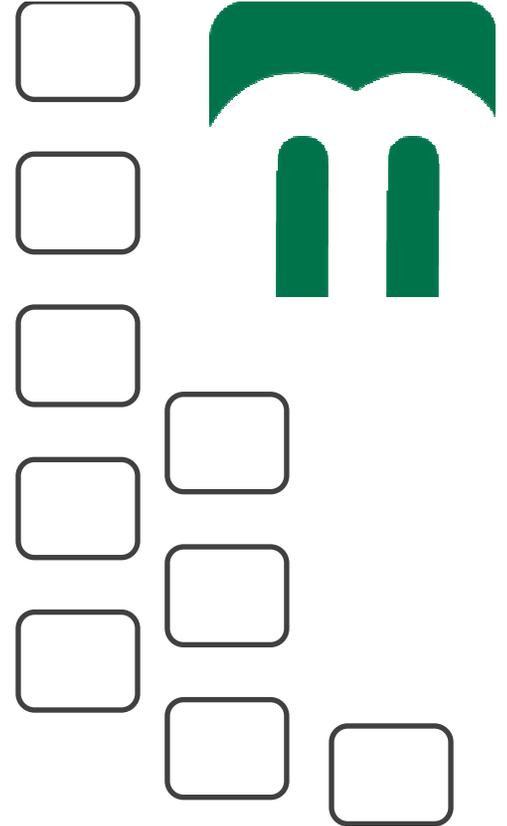
RON DE VENEZUELA
TIERRA DE GRACIA
SABOR EXCEPCIONAL

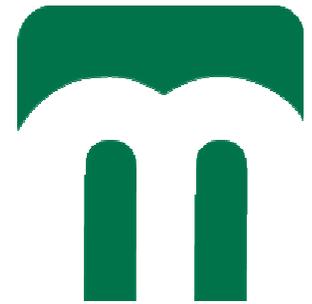


CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
MÉRIDA VENEZUELA



Algunas marcas de pisco peruano han optado por opciones más realistas y pragmáticas, abandonando las pasiones virulentas y prefiriendo la opción de aprovechar el mercado de nuestro país (que supera ampliamente al del Perú en consumo de pisco) y han comenzado a exportar a Chile respetando la legislación nacional y etiquetando el producto como "Aguardiente de Uva - Pisco-Perú". Tal es el caso de "Montesierra", uno de los piscos más tradicionales del Perú. A la izquierda, se ve la botella con la presentación que tiene en Perú; a la derecha, se ve la presentación en el mercado chileno. Además de ser toda una excepción en la disputa comercial del Perú contra el pisco chileno, "Montesierra" es también una excelente oportunidad para probar en Chile las cualidades del pisco peruano y compararlo con el de nuestro país.





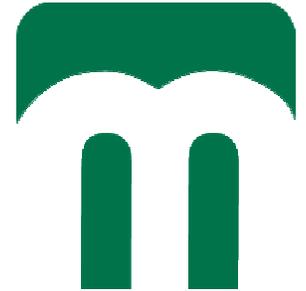
Indicación Geográfica

- Una indicaciones geográficas protegidas constituye una calificación aplicable a un producto que tiene cualidades diferentes entre los de su misma naturaleza, siendo que las cualidades diferenciales en el producto no se derivan del medio geográfico de origen por la concurrencia de factores naturales y humanos propios de tal zona.
- La función que cumplen las indicaciones geográficas es la de indicar la procedencia geográfica de los productos a la que es debida fundamentalmente la calidad de los productos o servicios, puede derivarse de varios factores: la materia prima, el medio natural, los métodos de elaboración empleados o la mera reputación, en cuyo caso, el vínculo entre el producto y la zona de procedencia es subjetivo.



Ventajas económicas de la indicación geográfica

- Promueve y preserva la actividad agrícola y artesanal en zonas rurales marginales de difícil acceso.
- Obtiene mejores precios.
- Promueve la existencia de una variedad de productos regionales.
- Crea empleos directos e indirectos en las zonas rurales.
- Favorece la multiplicidad de unidades de producción y aprovecha los territorios beneficiarios con otras actividades económicas.
- Beneficia a los consumidores con la identificación y promoción de las cualidades regionales o nacionales distintivas de los productos destinados al mercado nacional y de exportación.



Muchas gracias a todos

© ASTRID UZCÁTEGUI ANGULO – G3PI – CEPAL - ULA



CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
MÉRIDA VENEZUELA