

# Marcas colectivas, una solución al problema de la falta de asociativa en el Perú



**MÓNICA GERMANY SEGURA**

Abogada por la Universidad de Lima,  
Maestría en Derecho de la Empresa por la Universidad de Lima.

AUTORES NACIONALES

## SUMARIO:

- I. Introducción.
- II. Sobre las denominaciones de origen
- III. Sobre los Consejos Reguladores
- IV. El problema de la asociatividad
- V. ¿Marcas colectivas como solución?
- VI. Propuestas para el mejoramiento y conclusiones.

PROPIEDAD INTELECTUAL

ADVOCATUS 134

**RESUMEN:**

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer un elemento poco tratado como lo son las denominaciones de origen. De acuerdo a ello, la autora desarrolla y propone que se deberá tener presente la alternativa sobre el uso de las marcas colectivas como un paso previo a la declaración de las denominaciones de origen.

*Palabras clave:* Denominaciones de origen – Marcas colectivas – Zona geográfica – Consejos reguladores.

**ABSTRACT:**

The purpose of this paper is to make known a rarely treated element, which is the Designation of Origin. Accordingly, the author develops and proposes the alternative regarding the use of collective marks as a step prior to the declaration of the designation of origin.

*Keywords:* Designation of origin — Collective marks — Geographical zone — Regulating Council.

**I. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer un elemento poco tratado sobre las denominaciones de origen. Como bien es sabido, todo signo de uso colectivo, como es el caso de las denominaciones de origen, se desarrolla sobre una base de productores organizados adecuadamente y con una visión en conjunto, con parámetros de calidad para que pueda funcionar el adecuado uso de dicho signo distintivo.

Asimismo, esta organización deberá estar encaiminada dentro de una formalidad, bajo la tutela y cuidado de un Consejo Regulador, lo cual permitirá que paso a paso se vaya generando el desarrollo de todo el grupo involucrado con la denominación de origen.

Sin embargo, y en la experiencia nacional hay algo que está fallando y por lo cual los consejos reguladores de las diferentes denominaciones de origen no tienen la trascendencia anhelada,

en comparación con diversos consejos reguladores a nivel internacional, como es el caso del Consejo Regulador del Tequila.

En efecto, creemos que unos de los elementos que impide el desarrollo de los consejos reguladores es la falta de asociatividad entre sus miembros, lo cual es esencial para que toda asociación prospere, así como las reglas claras por parte del Estado para que la asociación funcione.

Finalmente, se deberá tener presente la alternativa sobre el uso de las marcas colectivas como un paso previo a la declaración de las denominaciones de origen.

**II. SOBRE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN**

Se tiene conocimiento que la denominación de origen Oporto es la más antigua del mundo, la cual fue otorgada hace aproximadamente 250 años<sup>1</sup>. Con el transcurrir de los años, las denominaciones de origen han adquirido gran relevancia

1. La región portuguesa del Duero, en donde se produce el famoso vino de Oporto, se enorgullece de tener la denominación de origen más antigua del mundo, pues se encuentra a las puertas de cumplir los 250 años. Fue exactamente en 1756 cuando el primer ministro Marqués de Pombal creó por ley la Región Demarcada del Duero, que se extendía a lo largo del valle del Duero y de sus afluentes como forma de proteger los intereses nacionales. La exportación del vino de Oporto había comenzado a comercializarse un siglo antes, especialmente hacia Inglaterra. La producción estuvo amenazada en el siglo XIX por la filoxera, una enfermedad producida por un insecto que estuvo a punto de exterminar los viñedos. Además surgieron imitaciones, vendidas a precios muchos más baratos. Los suelos de los viñedos pasaron a ser propiedad de nuevas clases adineradas y a comienzos del siglo XX se logra proteger de nuevo el Oporto.

Disponible en:

<[http://www.diariosur.es/prensa/20060828/sociedad/denominacion-origen-vino-oporto\\_20060828.html](http://www.diariosur.es/prensa/20060828/sociedad/denominacion-origen-vino-oporto_20060828.html)>.

a nivel nacional e internacional, siendo cada vez más el interés de reconocer a las denominaciones de origen como tales, para que las mismas logren su desarrollo no solo en favor del consumidor que sentirá respaldado por la calidad de los productos, si no de los productores sobre los productos materia de la protección.

¿Qué es una denominación de origen? El artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina señala que las denominaciones de origen son aquellas indicaciones geográficas constituidas 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 y reputación se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.

En este sentido, referirse a un reconocimiento de las denominaciones de origen así como la protección de ella, involucra la concurrencia de ciertos elementos característicos, tales como: el reconocimiento por una autoridad administrativa que delimita los productos, la zona geográfica, las características del producto atribuidas al medio geográfico, así como la existencia de un órgano de control.

Además, se requiere de un examen riguroso sobre las cualidades específicas que han de ser inherentes al producto y no atribuirle ciertas características específicas del producto, cuando ello se da de forma esporádica o imprevisible o cuando concurra sólo en algunas unidades del producto. En este sentido, las características del producto tienen que ser inherentes a éste.

En Perú, las denominaciones de origen han ido cobrando gran relevancia, tan es así que a la fecha se han declarado diez denominaciones de

origen. Estas son: Pisco; Maíz Gigante del Cusco; Cerámica de Chulucanas; Pallar de Ica; Café de Villa Rica; Loche de Lambayeque; Café Machu Picchu; Maca Junín Pasco; Aceituna de Tacna y el Cacao de Amazonas.

La obtención de una declaración de origen es un proceso largo que conlleva esfuerzo e iniciativa de los productores de cada una de las zonas geográficas determinadas, quienes rodeados de un ánimo asociativo, deberán preparar un estudio técnico así como solicitar la declaración de denominación de origen del producto correspondiente.

El órgano encargado a nivel nacional para la obtención de las autorizaciones de uso de las denominaciones de origen es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, por medio de la Dirección de Signos Distintivos.

La autorización de uso de una denominación de origen significa, como ya hemos mencionado, declarar un producto con características únicas y dicho producto es identificado con el lugar de producción. Si bien esta autorización constituye un gran paso, lamentablemente no es todo, ya que no generan los beneficios esperados que una denominación de origen debería proporcionar, ya sea al sector económico como mayores oportunidades al sector productivo, al mismo tiempo que se protege al consumidor.

### III. SOBRE LOS CONSEJOS REGULADORES

Botana Agra señala que el Consejo Regulador es un complemento indisoluble del reconocimiento de la denominación, así como pieza esencial del sistema de denominaciones de origen<sup>2</sup>.

En este mismo sentido, Guillem, sostiene que el Consejo Regulador está destinado a asegurar

2. BOTANA AGRA, Manuel José. *Las Denominaciones de Origen. Tratado de Derecho Mercantil*, Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., 2001, p.107.

una adecuada tutela de los diversos intereses polarizados en torno a una denominación de origen, así como el cumplimiento por ésta de la función promotora del desarrollo social y económico del mundo rural agrícola<sup>3</sup>.

En efecto, los consejos reguladores son organizaciones jurídicas conformadas por estarán conformadas por las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción y elaboración del producto o los productos amparados con la denominación de origen, que voluntariamente deseen pertenecer a las mismas. Asimismo, podrán ser miembros las entidades públicas y privadas que tengan relación directa con los productos cuya denominación haya quedado protegida. Los representantes del sector privado deberán ser mayoría en la composición de la referida Asociación<sup>4</sup>.

Los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen se instituyeron por primera vez en Perú hace aproximadamente 12 años, mediante la promulgación de la "Ley Marco de los Consejos Reguladores de las denominaciones de origen, Ley 28331".

Asimismo, la referida ley señala que los Consejos Reguladores son los encargados de la administración de las denominaciones de origen. Por ello, la importancia dentro del sistema de las denominaciones de origen resulta imprescindible que cual vela por el correcto uso de las denominaciones de origen.

Para el cumplimiento de los fines del Consejo Regulador se debe formular políticas y principios de acción con respecto al funcionamiento de la Asociación. Igualmente, debe vigilar la puesta en marcha de dichas políticas, así como poner en funcionamiento los principios y estatutos que lo rige y regula.

Dicha asociación debe mantener una comunicación fluida tanto entre productores como con el Estado y sus distintas entidades, no debiendo dejar de lado a las demás denominaciones de origen, debido a la experiencia de otras asociaciones, y con ello compartir otras experiencias de éxito y necesidades.

Como podemos observar, el trabajo de un Consejo Regulador es muy amplio, y consideramos importante la necesidad de que dicha asociación reconocida, ostente una representatividad importante, la cual debe ser obtenida frente a los productores, siendo ella la manera de un buen inicio para un funcionamiento adecuado del Consejo Regulador.

Sin embargo, existen muchos problemas en el manejo de las denominaciones de origen, pero si tenemos que destacar uno es el de la falta de asociatividad o trabajo común, principalmente por parte de los productores.

#### IV. EL PROBLEMA DE LA ASOCIATIVIDAD

Sin duda existen diversos motivos por los cuales, a la actualidad, no se ha formado ni un tercio de los consejos reguladores correspondientes a cada una de las diez denominaciones de origen declaradas. No solo se trata de obtener una declaración sino de que la misma sea explotada para sacar un mejor provecho, lo que es finalmente lo que la norma busca.

En efecto, concurren muchos elementos en el éxito de una denominación de origen, pero consideramos que la asociatividad entre los productores es indispensable para el desarrollo de las denominaciones de origen y todo lo que ella conlleva.

La parte asociativa es un aspecto que debe nacer desde el inicio de la solicitud de deno-

3. GUILLEM Carrau, Javier, *Denominaciones Geográficas de Calidad. Estudio de su reconocimiento y protección en la OMC, la UE y el Derecho Español*. Valencia: Departamento de Derecho Mercantil Manuel Broseta Pont, Universitat de València, Tirant Lo Blanch, 2008, p. 321.

4. Artículo 3 de la Ley 28331 Ley Marco de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen.

minación de origen, y mantener un trabajo en conjunto y ánimo común de los productores, por lo que, al final permite avanzar un gran trecho hacia el camino de un Consejo Regulador<sup>5</sup>.

El problema más frecuente es que los productores, inicialmente asociados, al lograr obtener su denominación de origen, pierden esa asociatividad, y en muchos casos ni conforman el Consejo Regulador, teniendo como consecuencia que la denominación de origen quede desprotegida por la inacción de los productos o la poca promoción que le puedan dar. Cabe mencionarse que no solamente un Consejo Regulador debe estar integrado por productores, sino también por todos los que participan en la cadena de producción.

Consideramos que esta falta de asociatividad post reconocimiento de la denominación de origen es el principal problema del poco desarrollo de las mismas. Esto, evidentemente, conlleva y determina que luego del reconocimiento demoren en la conformación de los Consejos Reguladores, o, nunca se lleguen a conformar.

Proponemos que una posible solución a la falta de asociatividad son las alianzas que se establecen entre los productores, siendo un mecanismo que permite extender su fuerza colectiva en sectores estratégicos y prioritarios como son los aspectos comerciales –nuevos mercados–, políticas –impositivas, normativas–, educativos –capacitación–; sin embargo, esto requiere de mucha iniciativa de los mismos productores.

Entendemos que como está diseñada la legislación actual dependerá mucho de la iniciativa propia de los productores para sacar esto adelante, que entiendan que ese proceso de asociatividad busca la promoción y comercialización de sus mismos productos. Asimismo que interioricen que la asociatividad es organizarse en función de necesidades e intereses concretos, mediatos o

inmediatos, y que cumplidos determinados propósitos la misma organización puede emprender acciones en una siguiente etapa o proceso, caso contrario nunca podrán superarse.

## V. ¿MARCAS COLECTIVAS COMO SOLUCIÓN?

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual define a las marcas colectivas como los signos que permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios de las distintas empresas que utilizan la marca colectiva. El titular de la misma puede ser una asociación de la que son miembros esas empresas o cualquier otra entidad, ya sea una institución pública o una cooperativa.

El titular de la marca colectiva es el responsable de garantizar que sus miembros cumplan ciertas normas (generalmente incorporadas en los reglamentos de uso de marcas colectivas). Así pues, la función de la marca colectiva es informar al público acerca de ciertas características del producto para el que se utiliza dicha marca. La mayor parte de los países exigen que cualquier solicitud de marca colectiva venga acompañada de una copia del reglamento que rige el uso de dicha marca.

Las marcas colectivas se utilizan a menudo para promocionar productos característicos de una región. En esos casos, la creación de una marca colectiva no sólo ayuda a comercializar estos productos dentro y, en ocasiones, fuera del país, sino que proporciona 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 convertirse en un poderoso instrumento de desarrollo local<sup>6</sup>.

5. VOLTA PINEDA, Gilbert. Tesis titulada: "Los Consejos Reguladores en las Denominaciones de Origen. Aportes para una nueva legislación del Perú". Lima, 2012.

6. Disponible en: <[http://www.wipo.int/sme/es/ip\\_business/collective\\_marks/collective\\_marks.htm](http://www.wipo.int/sme/es/ip_business/collective_marks/collective_marks.htm)>.

Bajo este escenario, conlleva un esfuerzo en conjunto de los productores locales para el desarrollo de la marca, generando una mayor conciencia de trabajo en equipo. Esto, como ha quedado demostrado, es el principal problema de las denominaciones de origen y sus respectivos consejos reguladores.

Por lo tanto, si bien en ambos casos localizamos el mismo problema, consideramos que el uso de una marca colectiva podría favorecer más a los productores asociados como organización, y, posteriormente, podrían solicitar la denominación de origen.

## VI. PROPUESTAS PARA EL MEJORAMIENTO Y CONCLUSIONES.

- Las denominaciones geográficas son elementos importantes de la propiedad industrial para el desarrollo de los productos y por consiguiente de la economía nacional, lo que se debe buscar es la adecuada protección y difusión del mismo a fin de lograr un desarrollo de los productos y de los productores.
- La protección de la denominaciones geográfico agrega valor a los productos, ya que al ser productos distinguidos por un origen geográfico, son una forma de identificación, que no solo indica procedencia sino la existencia de vínculos cualitativos que dan notoriedad al producto, debido a que su producción responde a estándares de calidad que no tienen otros productos
- Las marcas colectivas podrían funcionar como un paso previo a la declaración de la

denominación de origen, a fin ir familiarizándose con el elemento asociativo entre los productores.

- Se debe empezar impulsando el trabajo asociativo de los productores dándoles una adecuada asesoría, un trabajo en comunicación continua y a la vez, que cada asociación encuentre la manera de financiar su organización y sus tareas.
- Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la asociatividad es un primer paso, los productores no solo deben buscar el reconocimiento de la denominación de origen sino que deben hacerse conocer tanto a nivel nacional como internacional. Los pasos a seguir son diversos, desde contar con información y conocimiento suficiente de sus productos así como de los procesos; lo cual requiere una inversión constante para crear, por ejemplo, centros de investigación con la finalidad de explotar mejor y cuidar los productos.
- La labor es bastante compleja e implica un cúmulo de esfuerzos no solo a nivel INDECOPI sino de demás entidades del Estado que coadyuven a este fin en común, de esa manera se podrá lograr exitosamente el objetivo de los Consejos Reguladores.
- Finalmente, el trabajo que conllevar toda esta organización es sin duda a largo plazo, por lo que no solo dependerá de los productos sino de todos los agentes involucrados y así conseguir el crecimiento y desarrollo que se desea y se espera.