

6. Caso: marca colectiva "Miel del Chaco Chuquisaqueño ARACH"

Esta marca colectiva se ha desarrollado en el marco del proyecto *Registro de marcas colectivas de emprendimientos locales como eje transversal de desarrollo económico* de la Agenda para el Desarrollo de la OMPI, que busca dar a conocer esta herramienta de propiedad industrial y las posibilidades que ofrece para mejorar la competitividad de emprendimientos locales.

Diversas instituciones en Bolivia presentaron propuestas de asociaciones o grupos de productores para que pudieran beneficiarse de este proyecto, siendo seleccionada la Asociación Regional de Apicultores del Chaco Chuquisaqueño – ARACH, que fue propuesta por el Programa EMPODERAR del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, para que se desarrolle una marca colectiva que identifique la miel de abeja que producen sus integrantes.



Dentro del proyecto se contempló el diseño del logotipo y se trabajó con la ARACH en la elaboración del reglamento de uso y en reunir todos los requisitos para acceder a su registro.

La solicitud de registro se presentó a SENAPI el 17 de abril del 2023, y después de seguir el procedimiento correspondiente, la marca colectiva fue inscrita el 31 de julio del 2023, con Registro Nº 207626-C.

Los apicultores miembros de la ARACH cuentan ahora con una herramienta para identificar la miel del Chaco chuquisaqueño que producen bajo los parámetros de calidad que contempla su reglamento de uso y que, adecuadamente gestionada, les puede ayudar a acceder a nuevos y mejores mercados.

La ARACH

Es una asociación que está integrada a su vez por treinta y dos asociaciones, las que en total agrupan a cerca de mil productores apícolas en el territorio del Chaco chuquisaqueño, en las provincias Hernando Siles y Luis Calvo del departamento de Chuquisaca, que abarcan los municipios de San Pablo de Huacareta, Monteagudo, Villa Vaca Guzmán, Villa Huacaya y Macharetí.

Línea Gratuita 800102460

www.senapi.gob.bo



Senapi Bolivia



72018156



@SenapiBol



SenapiBolivia



SenapiBolivia



SenapiBoliviaO



ESTADO PLURINACIONAL DE
BOLIVIA

MINISTERIO DE DESARROLLO
PRODUCTIVO Y ECONOMÍA PLURAL

MARCAS COLECTIVAS UNIDOS PARA COMPETIR

“

Si tienes dificultades para salir al mercado a ofrecer tus productos o servicios, asóciate con otros productores o empresarios y utilicen una marca colectiva. Esto les permitirá presentarse en mejores condiciones para competir, sumarán esfuerzos para lograr sus objetivos y entre todos se podrán repartir los costos que ello implica.

”

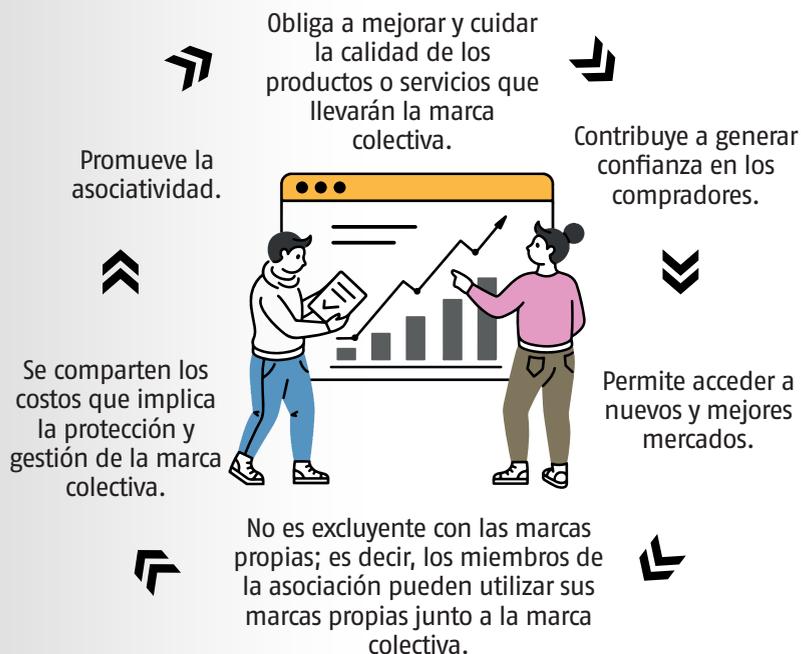
1. ¿Qué es una marca colectiva?



Es un signo distintivo que identifica características comunes de productos o servicios provenientes de diferentes empresarios que pertenecen a una misma asociación u organización, que es la titular de la marca colectiva y que se encarga de controlar el uso adecuado de la misma.

La marca colectiva es una herramienta útil para aquellos productores, artesanos o empresarios que necesitan asociarse y desarrollar estrategias conjuntas para competir en el mercado.

2. ¿Cuáles son los beneficios de tener una marca colectiva?



3. Requisitos especiales para su registro

FORMULARIO



Para registrar una marca colectiva se debe presentar una solicitud (formulario) al Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), adjuntando lo siguiente:

- > Copia legalizada de los estatutos de la asociación u organización que solicita el registro de la marca colectiva.
- > La lista de los integrantes de dicha asociación.
- > El pliego de condiciones de uso de la marca colectiva, que se conoce como "reglamento de uso".



El reglamento de uso es elaborado por los propios miembros de la asociación, quienes deben comprometerse a cumplirlo para que la marca colectiva cumpla su función en el mercado y se alcancen los objetivos anhelados.

- > El documento original o copia legalizada del poder otorgado a quien actúe en nombre de la asociación.
- > El comprobante de pago de las tasas administrativas que establezca el SENAPI.
- > Las autorizaciones requeridas en los casos previstos en los artículos 135 y 136 de la Decisión 486, cuando fuese aplicable.
- > El certificado de registro en el país de origen expedido por la autoridad que lo otorgó, en el caso de que el solicitante deseara hacer valer el derecho previsto en el Artículo 6 *quinquies* del Convenio de París.

4. Derechos que confiere el registro

El registro de la marca colectiva tiene una vigencia de diez años que puede ser renovada por periodos adicionales de diez años, a solicitud de la asociación titular de la marca.

Durante la vigencia del registro, su titular tiene el derecho de impedir que terceros copien o imiten la marca, generando confusión en el mercado y afectando la reputación de la marca colectiva.



5. Pasos para crear y gestionar una marca colectiva

Paso 1

Reconocer las ventajas de asociarse y utilizar una marca colectiva para competir en el mercado en mejores condiciones.

Paso 2

Constituir la asociación u organización, e inscribir la personería jurídica conforme a las leyes nacionales.

Paso 3

Elegir el signo que se utilizará como marca colectiva y definir los productos o servicios que se van a identificar.

Paso 4

Elaborar el reglamento de uso en el que se establezcan los requisitos que los integrantes de la asociación deben cumplir para poder usar la marca colectiva en sus productos o servicios, y los esquemas de control que empleará la asociación.

Paso 5

Solicitar el registro de la marca colectiva ante el SENAPI. Tratándose de productos que serán exportados, se recomienda registrar la marca colectiva también en los países de destino.

Paso 6

Velar por el uso adecuado de la marca colectiva, implementando los mecanismos de control y gestión establecidos en el reglamento de uso.

Paso 7

Mantener la vigencia del registro (renovándolo cada diez años) e informar al SENAPI cualquier modificación al reglamento de uso.

Paso 8

Adoptar las acciones legales que correspondan contra todo uso no autorizado de la marca colectiva, para evitar que se afecte su reputación.

Recuerda que la marca colectiva es una herramienta para competir en el mercado, el éxito esperado dependerá de cómo se la utilice y gestione.

