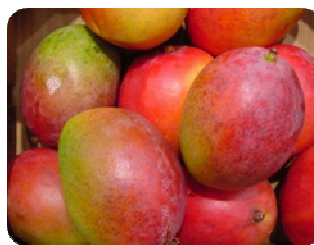
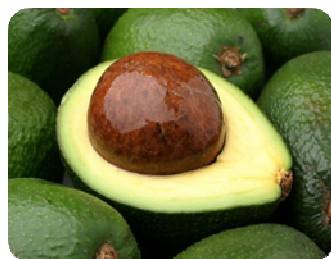
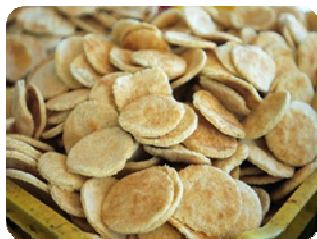


2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACIÓN
ECONÓMICA RURAL



[ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE MARCAS COLECTIVAS DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES]

Este informe fue escrito por Ayalivis García Medrano y reproducido por Cruz Cid Consultores Asociados/Consejo Nacional de Competitividad bajo el Programa de Diversificación Económica Rural Subcontrato No.23632.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
RESUMÉN EJECUTIVO	4
1. OBJETIVOS GENERALES	5
2. METODOLOGÍA.....	6
2.1. Primera Fase: Composición: Identificación del Producto Desarrollo Metas 1 y 2 del Objetivo General.	6
2.2. Segunda Fase: Composición: Desarrollo Meta 3 del Objetivo General.	11
2.3. Tercera Fase: Composición: Desarrollo Meta 4 del Objetivo General.	11
ANEXOS	17

INTRODUCCIÓN

El presente documento es el resultado final del proyecto para la ***Asistencia Técnica y Capacitación para el Desarrollo y Fortalecimiento de Marcas Colectivas de Productos Agroindustriales***, cuyo objetivo es abordar la creación de Marcas Colectivas (MC) para los productores agroindustriales.

Este tipo de marca confiere una protección reconocida en nuestra legislación de Propiedad Industrial, Ley 20-00, así como en los Tratados Comerciales de los cuales la República Dominicana forma parte.

Los titulares o propietarios de las MC generalmente son asociaciones o cooperativas cuyos miembros tienen derecho a usarla para comercializar sus productos. El gremio establece criterios para el uso de la MC y ofrece a sus miembros la opción de utilizar la MC a condición de cumplir dichas normas.

Esta selección se realizó: i) de acuerdo al nivel de asociatividad del sector pertinente, ii) su incidencia en el mercado nacional e internacional, iii) capacidad para establecer criterios (ej. Normas de calidad), iv) Origen geográfico delimitado y v) características diferentes que lleven ventajas respecto a otros productos que la competencia pueda ofrecer en condiciones similares.

Con esta finalidad hemos seleccionado cinco (5) productos con potencial para desarrollar una MC, estos son **Aguacate, Banano, Casabe, Mango y Vegetales bajo invernaderos**.

Estas marcas colectivas deberán ser enteramente de sinergias, debiéndose convertir en un activo fundamental que explote las diferencias e informe del origen y calidad del producto, lo cual rompe con imágenes estereotipadas, evitando los llamados commodities (productos que sólo se diferencian por el precio).

RESUMÉN EJECUTIVO

La primera entrega fue la selección de los productos con potencial desarrollo de MC entre los cuales se identifico el **Aguacate, Banano, Casabe, Mango Y Vegetales Producidos Bajo Ambiente Protegido**. Debido a la reputación del producto en el mercado local e internacional, las características de la zona de producción, el número de productores y el nivel de asociatividad de los mismos.

Para la realización de este proyecto se incluyo un segundo informe que contiene el intercambio con los productores a través de cinco (5) talleres de sensibilización uno por cada producto con la asistencia de sesenta y siete (67) participantes.

Y por ultimo una guía modelo para la creación de las Marcas Colectivas con las características que requiere el Banano Dominicano.

Todos estos trabajos antes expuestos reflejaron en la cadena de comercialización de los productos, la falta de distintividad de los mismos, aspecto esencial para asegurar el éxito de la promoción comercial.

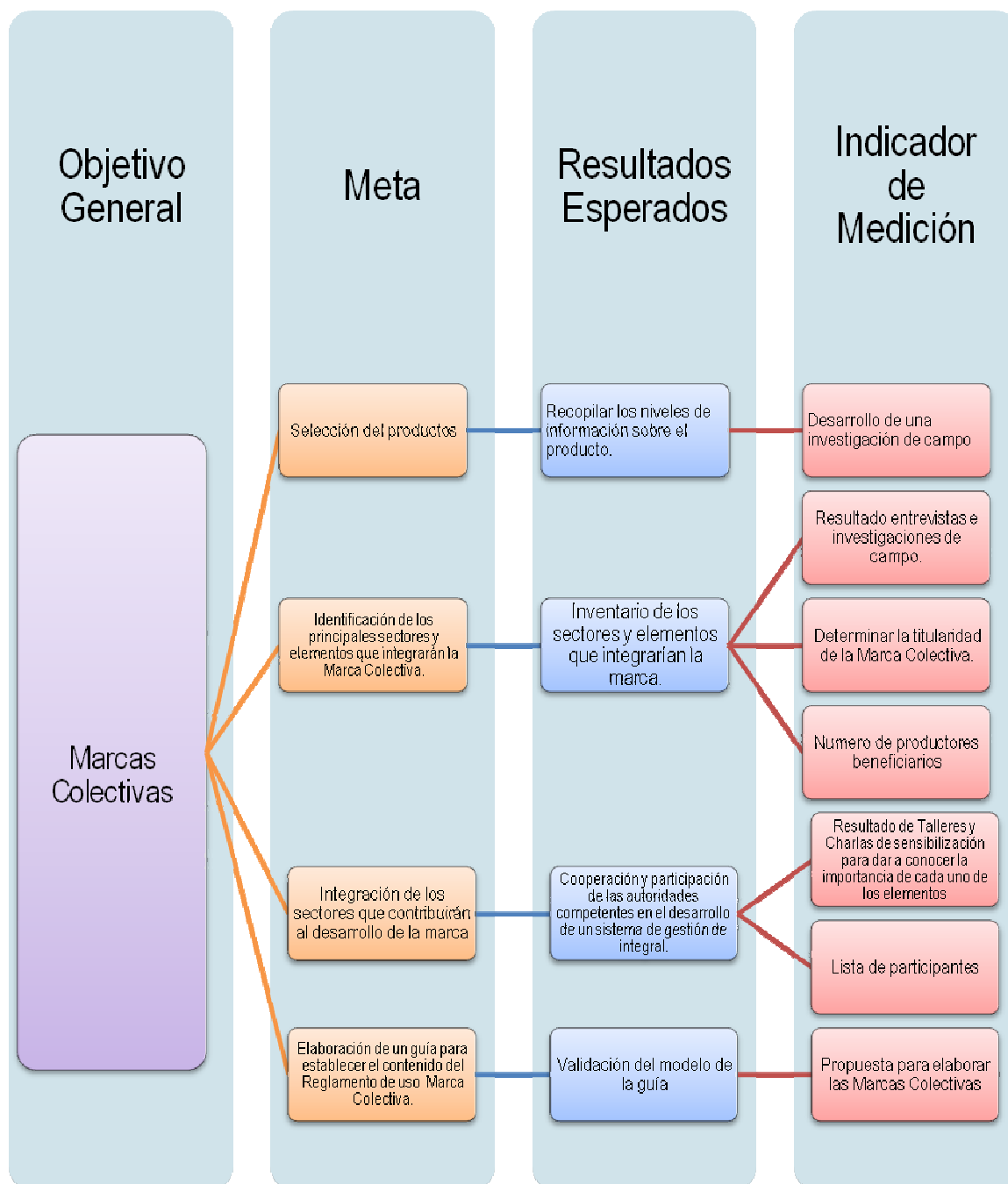
A través de este sistema de Marca Colectiva coinciden gremios de productores independientes que conforman las denominadas PYME's (Pequeñas y Medianas Empresas) quienes deberán establecer:

- Normas y Parámetros de Calidad.
- Desarrollar estrategias conjuntas de publicidad y marketing.

Logrado esto, se obtendrán múltiples beneficios. Entre estos podemos señalar:

- Aumentan las ventajas competitivas.
- Acceso a nuevos mercados.
- Disminución en los costos de operación.
- Incremento de la oferta a los clientes.
- Incrementa la demanda de productos y servicios.
- Distinción y reconocimiento de la marca.
- Promociones simultáneas de los productos y servicios.

1. OBJETIVOS GENERALES



2. METODOLOGÍA

2.1. Primera Fase: Composición: Identificación del Producto Desarrollo Metas 1 y 2 del Objetivo General.

- Realización de investigaciones de campo y entrevistas con las partes interesadas.

Para seleccionar los productos susceptibles a conformar una Marca Colectiva se tomaron en cuenta los siguientes criterios:

I. De acuerdo al nivel de asociatividad del sector

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN	ASOCIATIVIDAD
AGUACATE	Estos productores son clasificados como pequeños debido a que en su mayoría poseen de 20 a 50 tareas.	Los productores de Aguacate de Cambita están afiliados al Clúster de Aguacates, así como a diversas asociaciones o cooperativas a nivel local.
BANANO	Superficie sembrada de 123, 211 tareas de las cuales 42.60% está dedicada al Banano convencional y el 57.40% a la producción orgánica.	El nivel de asociatividad de los productores de Banano es alto agrupados en más de un 80% en la Asociación Dominicana de Productores de Banano (ASOBANANO).
CASABE	-Desde 25 a 200 tareas de tierra cultivable	• Cooperativa Anacaona • Asociación Productores Casabe de Monción • Clúster Casabe de Monción.
MANGO	La zona de producción del Mango en todo el país representa 37.97% de la producción agrícola de la República Dominicana.	El clúster existe como una estructura de agrupación desde el 2004
VEGETALES INVERNADERO	Se inicia en la provincia de Moca y se ha extendido hasta la provincia de Bonao.	La Cooperativa Zafarraya es la pionera en asociatividad de los productores de Vegetales producidos bajo ambiente protegido.

- II. Su incidencia en el mercado nacional e internacional, en los últimos años están avalados por estudios que demuestran el crecimiento sostenido y sustentable del sector.

PRODUCTO	PRODUCTORES	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN
AGUACATE	Existen 8,196 productores en todo el país, de los cuales 2,200 pertenecen al municipio de Cambita.	El 10% de la producción nacional se exporta, colocando al país entre los diez (10) principales exportadores de esta fruta y el primero en Centroamérica y el Caribe. En el mercado interno se consumen aproximadamente 9,926 unidades de Aguacate mensualmente.
BANANO	El número de productores es de 713. De estos 522 están dedicados a la producción orgánica y 191 a la producción convencional. Considerados pequeños productores poseen menos de 30 tareas.	El escenario actual del Banano se representa como el 43 % de la producción agrícola nacional, República Dominicana ocupa el primer lugar en la exportación de Banano Orgánico a nivel mundial teniendo un porcentaje de un 31%.
CASABE	Productores Industrializados.(19)	400,000 unidades Tortas de Casabe.
	Cultivadores Yuca (76)	100,000 Quintales Yuca
MANGO	Existen 1,100 productores en todo el país y más del 50% de estos pertenecen al Clúster: Quince (15) exportadores Ocho (8) agroindustrias.	Equivale aproximadamente a unas cinco mil tareas sembradas (5,000 TA.)
VEGETALES INVERNADERO	La Cooperativa cuenta con una membrecía de 850 afiliados.	Las importaciones de vegetales frescos están creciendo a una tasa de 5.7 por ciento anual y cuyo total para los ajíes, pepinos y tomates, se proyecta un crecimiento hacia el mercado de los Estados Unidos a 1,530,000 toneladas en el año 2009.

- III. **Capacidad para establecer criterios para la estandarización y normalización de los productos y procesos con detalles de la caracterización técnica y cualidades que debe presentar el producto ejemplo: Las NORDOM correspondiente a cada proceso para la obtención del producto.**

PRODUCTO	NIVEL DE ESTANDARIZACIÓN
AGUACATE	Están avanzados en el proceso de determinar las normas de calidad a través de las NORDOM, lo cual deberá incluirse en la creación del reglamento de uso de la Marca Colectiva.
BANANO	Cumplen los estándares de calidad y etiquetado en el ámbito local e internacional, así como los CODEX alimentarios por su producción orgánica.
CASABE	No han iniciado el proceso de determinación de normas de calidad.
MANGO	Están avanzados en el proceso de determinar las normas de calidad a través de las NORDOM, lo cual deberá incluirse en la creación del reglamento de uso de la Marca Colectiva.
VEGETALES INVERNADERO	No han iniciado el proceso de determinación de normas de calidad.

IV. Origen geográfico delimitado teniendo un carácter local aprovechando las ventajas comparativas que puede ofrecer dicha condición.

PRODUCTO	UBICACIÓN GEOGRÁFICA
AGUACATE	Existen en la República Dominicana 22, 072 Hectáreas, (equivalentes a 353,000 tareas aproximadamente) de las cuales en Cambita Garabito hay unas 100,000 tareas dedicadas al cultivo del Aguacate. Esto significa que de los 132 km ² del municipio aproximadamente 50 Km ² está destinado a la producción de este rubro.
BANANO	La zona de producción es en todo el territorio nacional siendo las principales provincias, Azua, Montecristi, Valverde y Santiago.
CASABE	Más del 90% del casabe que se produce en República Dominicana proviene del municipio de Monción, Santiago Rodríguez; situado a casi 250 kilómetros de la ciudad de Santo Domingo.
MANGO	Peravia con 39.46% la mayor concentración de plantaciones comerciales, luego San Cristóbal con 16.96%, Dajabón con 9.39%, Azua con 8.52%, El Seibo con 6.79%, San Juan de la Maguana con 3.93 % y Santiago Rodríguez con 3.31%.
VEGETALES INVERNADERO	La zona de producción de Vegetales bajo ambiente protegido se concentra en la República Dominicana en la parte norte destacándose las provincias La Vega (Jarabacoa y Constanza), Monseñor Nouel, Espaillat, Cotuí y en la región sur la provincia de San José de Ocoa. En el caso específico de la Cooperativa Zafarraya la mayoría de sus socios se concentran en Moca y Bonao.

- V. **Características diferentes que añaden ventajas respecto a otros productos que la competencia pueda ofrecer en condiciones similares, avalada por estudios que han demostrado las características diferenciadoras del producto.**

PRODUCTO	DIFERENCIACIÓN COMPETITIVAS
AGUACATE	En la República Dominicana, se seleccionaron las variedades criollas con las mejores características (adaptación al medio, resistencia a enfermedades y un excelente sistema radicular), en adición se les injertó combinaciones de las variedades guatemalteca y antillana, de estas combinaciones la denominada Semil-34 desarrollada en Puerto Rico, es la más recomendada por la Secretaria de Agricultura. Otras variedades comercializadas son: Hall y Choquette. Cabe destacar que República Dominicana es el único país del área que produce y exporta tanto aguacate verde (green skinned) como aguacate Hass hacia USA.
BANANO	La variedad Cavendish , es la preferida por los productores debido a sus características organolépticas y su alta resistencia a las enfermedades; produce los racimos más grandes que las demás variedades, y tiene un alto nivel de productividad.
CASABE	El casabe cuya materia prima es la Yuca amarga (Manihot esculenta), se presenta circular de 2 pulgadas hasta 20 pulgadas es libre de grasa y rico en fibra, tiene una vida útil de ocho meses libre de preservativos.
MANGO	En la República Dominicana existe una mezcla de variedades, aunque la tendencia actual es sembrar variedades mejoradas, con la finalidad de conseguir una mejor respuesta de los mercados a los cuales se quiere llegar, donde la calidad de los productos se basan en un mango poco fibroso, balanceado en cuanto a acidez y los niveles de azúcar que se perciben al paladar, así como también en la uniformidad de formas y colores.
VEGETALES INVERNADERO	Ajíes Morrones, Tomates, Pepino existen mínimo dos variedades de estos rubros que explotan los socios de la Cooperativa Zafarraya.

2.2.Segunda Fase: Composición: Desarrollo Meta 3 del Objetivo General.¹

- Integración de los sectores que contribuirán al desarrollo de la marca

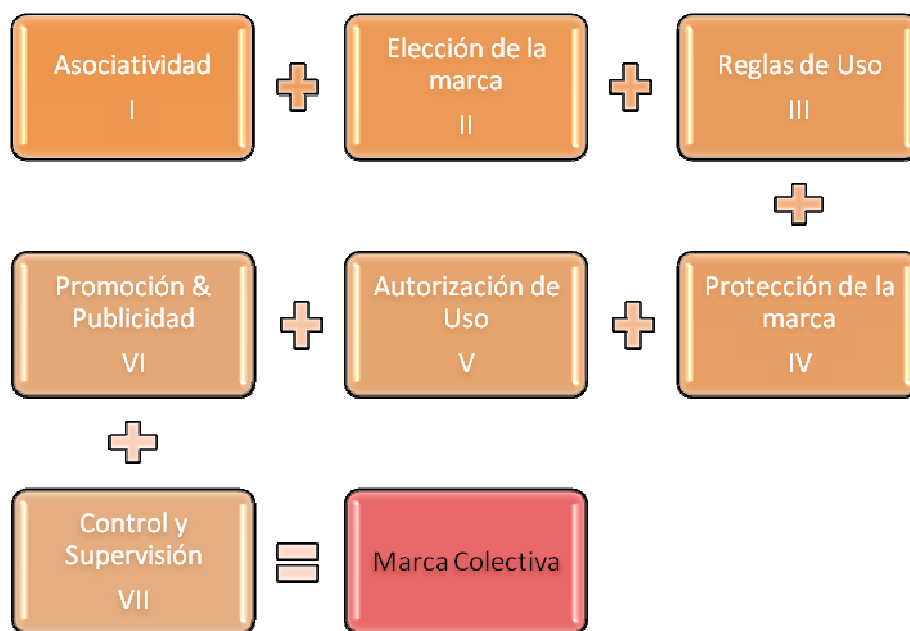
En la consecución de este Objetivo, se utilizaron:

1. Talleres interactivos soportados por apoyo visual y didáctico.
2. Encuesta a los asistentes para evaluación de resultados.
3. Se contó con un total de asistencia de 67 participantes.

2.3.Tercera Fase: Composición: Desarrollo Meta 4 del Objetivo General.

- Elaboración de Guía practicas para el desarrollo de las marcas colectivas.

Deberá seguirse el siguiente esquema:



¹ Ver. Anexos

CONCLUSIONES		RECOMENDACIONES
AGUACATE	• El clúster existe como una estructura de agrupación de hecho, pero no posee una base legal, por lo cual se hace necesario determinar para el futuro de la marca colectiva a los fines de establecer la titularidad y gestión de la misma una estructura legalmente constituida. • No existen directrices claras sobre los procesos de antes, durante y después de la cosecha lo cual se deberá determinar para la creación del reglamento de uso de la Marca Colectiva. • Se mostraron partidarios del uso de logotipo o etiqueta que denote cumplimientos de requisitos de origen y calidad del Aguacate de Cambita.	1. Se deberá trabajar con el tema de la asociatividad legalmente constituida (asociación, cooperativa, ect.), esto es indispensable para determinar la titularidad y administración de la Marca Colectiva. 2. Se deberá escoger un logotipo que identifique el producto. 3. Se deberá elaborar directrices que contengan exigencias mínimas para el proceso de la cosecha, esto se incluirá en el reglamento de uso. 4. Se deberá contemplar en el Reglamento los diferentes tipos y clasificación del Aguacate de Cambita (convencional u orgánico, etc.,) para informar a los consumidores de las característica del producto. 5. Podría proteger varios productos derivados de un proceso de transformación en las industrias agroindustriales como de procesamiento Ej.; productos de belleza (Shampoo, aceites, cremas).
BANANO	• Son presentados al consumidor en la forma básica sin marcas que distingan el origen tanto empresarial como territorial por lo que la Marca Colectiva de Banano, le permitirá distinguirse. Se deberá contemplar en el Reglamento los diferentes tipos y clasificación del Banano (orgánico y convencional), para informar a los consumidores de las	Esta Marca Colectiva podría proteger varios productos derivados del Banano por lo que se recomendaría determinar cuántos existen o podrán existir a mediano plazo ej. Jugos, Yogurt, Mermeladas etc.

	característica del producto.	
CASABE	• El clúster existe como una estructura de agrupación de hecho desde junio de 2008, siendo la cooperativa Anacaona el gremio legalmente constituido, que agrupa a los productores de casabe • No existen directrices claras sobre los procesos de producción cumpliendo con normas de Buenas Prácticas de Manufactura. • El casabe de Moncion tiene reputación en el mercado local y en el internacional se podrá considerar como un producto de añoranza dirigido a la diáspora dominicana residente en los estados de Florida y Nueva York. • Se mostraron partidarios del uso de logotipo o etiqueta que denote cumplimientos de requisitos de origen y calidad del Casabe de Moncion.	1) Afiliación: Sera necesario ser miembro de la organización titular de la Marca Colectiva, y someterse a las condiciones societarias establecidas para esos fines. Se deberá determinar cuál de los gremios que aglutina a los productores de Casabe de Moncion será el titular de la Marca Colectiva 2) Cumplimiento de las reglas de uso: El uso de la Marca Colectiva estará sujeto a una serie de disposiciones establecidas por el colectivo y que serán cumplida por el afiliado como requisito para usar la Marca Colectiva. 3) Ya se tiene el logo tipo que identificara la marca con lo cual es un paso de avance para el desarrollo de la Marca Colectiva. 4) Se deberá elaborar directrices que contengan exigencias mínimas que pueden ser las características del producto o especificaciones de los métodos de producción, esto se incluirá en el reglamento de uso
MANGO	• Deberán cumplir con normas oficiales (NORDOM) requeridas a fin de garantizar al consumidor la	1. Es un gremio que está preparado para establecer un sistema de Marcas Colectivas debido a que el nivel de

	calidad de estos productos. • De igual manera a nivel nacional e internacional mejorar la divulgación, promoción y oferta del producto.	asociatividad es maduro. 2. Se deberá explotar el en logotipo la producción orgánica y de comercio justo.
VEGETALES INVERNADEROS	• Estos bienes agrícolas son presentados al consumidor sin marcas que distingan el origen, tanto empresarial, como territorial.	Se deberá contemplar en el Reglamento los diferentes tipos y clasificación de los Vegetales como son el Ají Morrón, Pepino y Tomates (convencional u orgánico, etc.), para informar a los consumidores de las característica del producto.

BIBLIOGRAFIA:

1. **Ley 20-00** sobre Propiedad Industrial y su Reglamento de Aplicación.
2. **Plan de Nacional de Competitividad Sistémica de la República Dominicana.**
Consejo Nacional de Competitividad
3. **Informe Evaluación Rápida de Tendencias del Mercado del Aguacate.** Estudio
Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
4. **Informe Evaluación Rápida de las Tendencias del Mercado del Banano.** Estudio
Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
5. **Informe Evaluación Rápida de Tendencia de los mercados del Mango: Orgánico y Gourmet.** Estudio Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
6. **Elaboración de Línea Base y Plan Estratégico del Clúster de Producción en Ambiente Controlado o Invernadero en la República Dominicana.** Estudio Consejo
Nacional de Competitividad (CNC).
7. **Mejoramiento de la infraestructura para la Producción de Casabe de mayor calidad en la Cooperativa Anacaona.** Estudio USAID-RED.
8. **Producción de cultivos Hortícolas en Ambiente Protegido con invernaderos. Tipo casa de cultivo.** Estudio Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
9. **Mejora del rendimiento de las plantaciones de Banano Orgánico para exportación.** Estudio Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
10. **Apoyo a la Agroindustria, Una opción de gestión participativa para el desarrollo rural.** Estudio Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
11. **Establecimiento de invernaderos de bajo costo: una estrategia de producción competitiva, oportunidades de mercado, lucha contra la pobreza y protección del medioambiente.** Estudio Consejo Nacional de Competitividad (CNC).
12. **Comercio de productos agrícolas y agroindustriales al mercado de New York.**
Estudio USAID-CNC.
13. **Proyecto de Promoción de la Innovación y de la Competitividad a través del Sistema de la Propiedad Intelectual.** Estudio Consejo Nacional de Competitividad (CNC).

14. **Guía del Empresario sobre Marcas e Indicaciones Geográficas.** Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).
15. **Aspectos técnicos y de procedimientos relativos al registro de las Marcas de Certificación y de Marcas Colectivas.** Documento SCT/21/3 del Comité Permanente sobre Derechos del Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas.
16. **Estudio de Línea base de la cadena agroalimentaria del Aguacate.** Consejo Nacional de Competitividad (CNC), Secretaria de Estado de Agricultura (SEA).

ANEXOS

- Evaluación participantes
- Talleres interactivos impartidos.
- Listas de asistencia de los participantes.
- Modelos de Reglamento de Uso

- **EVALUACIÓN (67) PARTICIPANTES TALLERES**

El resultado de las evaluaciones de acuerdo a las preguntas realizadas a un total de sesenta y siete (67) participantes fue el siguiente:

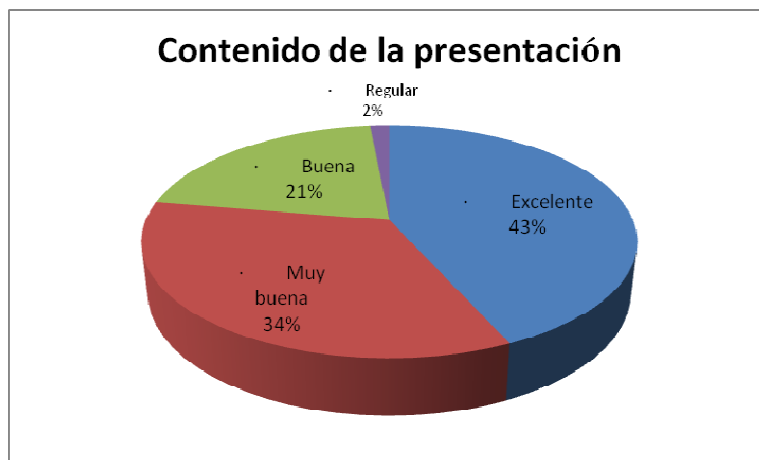
a) ¿Llenó esta actividad sus expectativas?

- El 95% de los participantes opino que si
- El 5% de los participantes opinó que no



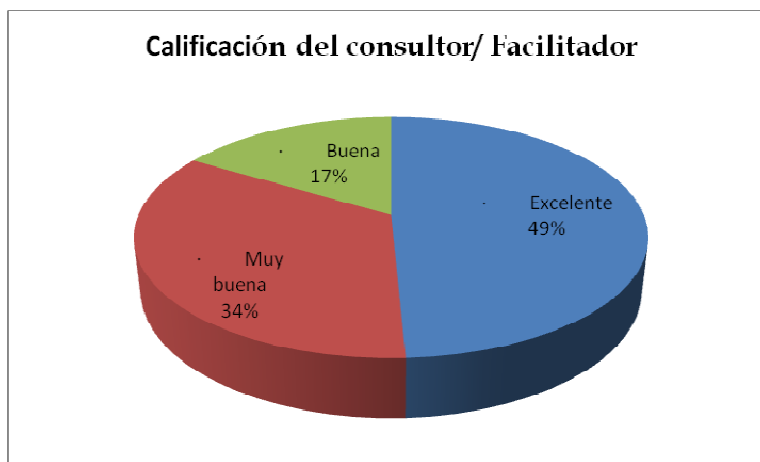
b) ¿Cómo evaluaría el contenido de la presentación realizada?

- Excelente: veinte y nueve (29)
- Muy buena: veinte y tres (23)
- Buena: catorce (14)
- Regular: uno(1)
- Malo: cero (0)



c) ¿Cómo calificaría al Consultor/Facilitador?

- Excelente: veinte y seis (33)
- Muy buena: veinte y tres (23)
- Buena: once (11)
- Regular: cero(0)
- Malo:cero(0)



d) ¿Qué potencial de éxito entiende usted tendría el uso de la Marca Colectiva como herramienta de promoción para su producto?

- Excelente: cuarenta y ocho (38)
- Muy buena: veinte y cinco (25)
- Buena: tres (3)
- Regular: uno (1)
- Malo:cero(0)



MARCA COLECTIVA
AGUACATE

- TALLER INTERACTIVO AGUACATE




PROYECTO DE DIVERSIFICACION ECONOMICA RURAL



Consejo Nacional de Competitividad

Proyecto de promoción y apoyo al desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano.

Por:
Ayalivis García M.




PROYECTO DE DIVERSIFICACION ECONOMICA RURAL



Consejo Nacional de Competitividad

Objetivo de Proyecto USAID/RED Dominicana

- Apoyar a pequeños productores agropecuarios en la capacitación para incentivar el desarrollo o fortalecimiento de **Marcas Colectivas** de productos agroindustriales para que esto les permita ser más competitivos en los mercados globales, especialmente ahora que está en ejecución el Acuerdo de Libre Comercio con Centro América y los Estados Unidos de América (DR-CAFTA).

2

Ayalivis García

Agosto 2009

Desarrollo de la MC

- 3. **Reglas de Uso:** Es el conjunto de normas internas que buscan unificar el uso de la MARCA de los productos de que se trate, por parte de los asociados deberá contener:
 - Normas y reglamentos técnicos.
 - Calidad sanitaria
 - Formas de uso de la MC.
 - Mecanismo de control
 - Sanciones



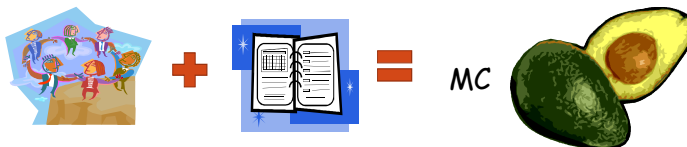
7

Ayalivis García

Agosto 2009

¿Qué es una Marca Colectiva?

Una herramienta legal que sirve para proteger una marca cuyo titular es una entidad colectiva (Cooperativa, Asociación, Fundación) que agrupa a personas autorizadas por él a usar la marca con base a un reglamento.



5

Ayalivis García

Agosto 2009

Desarrollo de la MC

- **1. Asociatividad:** existe un alto nivel de asociatividad con más de 200 productores asociados en la zona del noreste y Cibao central, Ej: Conjunto Productivo del Aguacate (CPA).
- **2. Elección de la Marca:** Es la capacidad de crear un elemento distintivo que informe que existe detrás de la MARCA el cual puede ser grafico, denominativo o mixto.



Conjunto Productivo del Aguacate

C-31

Denominativo + Logotipo

6

Ayalivis García

Agosto 2009

Desarrollo de la MC

- **4. Protección de la Marca:** Para el sistema de Propiedad Industrial de la República Dominicana es indispensable el registro ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) de acuerdo a las disposiciones establecida en la Ley 20-00.
- Solicitud de la Marca y su Clasificación.
- Copia de los estatutos del gremio.
- Lista de integrantes.
- Reglas de uso (2 copias).



8

Ayalivis García

Agosto 2009



Desarrollo de la MC

- **5. Autorización de uso:** La autorización de uso será dada a favor de aquellos miembros que cumplan con las disposiciones del reglamento de uso de la MARCA (grados de calidad, clasificación).
- Solicitud por escrito.
- Comité técnico realizará las evaluaciones.
- Debe cumplir con las normas técnicas y de calidad que intervienen en los procesos.
- **6. Promoción-Publicidad:** El éxito de la MARCA dependerá de hacerla conocida en conexión con los productos o servicios que ofrece. (misiones de negocios, ferias nacionales e internacionales).
- Posicionar los vegetales de R.D. como producto de élite y de calidad indiscutible.
- MC deberá informar las características específicas de los vegetales y las cualidades organolépticas de estos.



Desarrollo de MC

- **7. Control y Supervisión:** Deben existir mecanismos de control y supervisión de la MARCA, el colectivo debe tener capacidad de hacer un seguimiento estricto del uso que sus miembros están realizando en el mercado.
- Uso autorizado.
- Certificación de calidad.
- Producción controlada.
- Trazabilidad del producto.

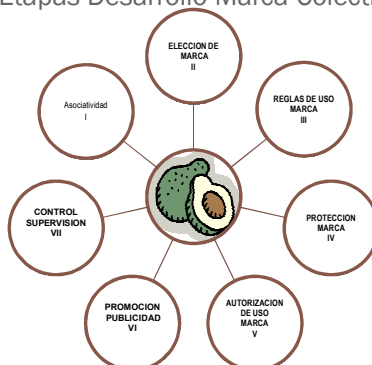


USAID
DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Etapas Desarrollo Marca Colectiva



Agosto 2009

Ayalivis García

11



USAID
DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



¿Por Qué una Marca Colectiva para Aguacates ?

1. Un incremento de la demanda de la producción de estos rubros, se traduce en un incremento de las exportaciones de RD.
2. Nivel de Asociatividad:
 - Tiempo de formado el clúster y número de asociados que lo conforman.
3. Calidad del Producto: guía para los diferentes tipos de clasificación.
 - Aroma, sabor, textura y frescura de los aguacates
4. Lograr mejor posicionamiento como producto de añoranza en los nichos ya establecidos .
5. Pago de un mejor precio por el producto: Comercio Justo + Orgánico+ MC= 25% + de valor agregado.
 - Lograr mayores ingresos para los productores asociados

12

Ayalivis García

Agosto 2009

¿ Qué debe Transmitir una MC?

1. Lo que queremos comunicar al consumidor
 - Procesos de transformación: Manejo post cosecha + Etiquetado + Embalaje.
2. Quienes intervienen en los procesos
 - Producto terminado + Distribución + Consumo

13

Ayalivis García

Agosto 2009

Ventajas Competitivas

- ✓ Aumentan las ventajas competitivas de los pequeños y medianos productores.
- ✓ Acceso a nuevos mercados con protección legal: A través de los tratados comerciales, tales como DR-CAFTA y de Unión Europea, entre otros.
- ✓ Disminución en los costos de operación: Individual Vs. Grupo
- ✓ Desarrollan estrategias conjuntas de publicidad y marketing unidos a otros productos agroindustriales y/o artesanales
- ✓ Incremento de la oferta a los clientes: Aumenta su capacidad de exportación
- ✓ Establecimiento de Normas y Parámetros de Calidad como grupo que garantiza al consumidor que siempre recibirá un mismo producto.
- ✓ Distinción y reconocimiento de la marca: Prestigio local e internacionalmente.

14

Ayalivis García

Agosto 2009

• LISTA ASISTENTE TALLER MARCA COLECTIVA: AGUCATE



USAID | PROYECTO DE DIVERSIFICACIÓN
ECONÓMICA RURAL

21 ABRIL 2015
JALISCO, MEXICO



**Consejo
Nacional de
Competitividad**

Proyecto de "Promoción y Apoyo al Desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano",
Asistencia Técnica y capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de marcas colectivas de productos agroindustriales

Fecha: _____ Lugar: Agucate

Nombre	Conjunto Productivo	Correo Electrónico	Teléfono / Fax
Roberto M. Vargas	Coop. Eluscar		809-528-5553 / 797446
Ernesto Beltrán			809-942-3322
Roberto Beltrán			809-528-5517
Samuel Beltrán			809-528-5774
Rafael Carrasco			829-990-1708
Félix Guzmán Sánchez	COOPERATIVA		809-268-1218
María Guzmán Sánchez	Cooperativa Eluscar		809-268-2642
Miguel A. Pina			809-528-5721
Mrs. Yris Domínguez Pina			809-528-9260
MENULO TELECOM			829-3489584
Jose Rosa A.	Agucate	agrabec@agucate.com	809-6962784
Alvaro M. Beltrán	Cooperativa	alvaro.beltran@agucate.com	809-763-5544
Roberto A. Beltrán	Agucate	roberto.beltran@agucate.com	809-486-8264
Leonora García Pina	" "		809-772-8622
Guillermo M. Beltrán	" "	Guillermo.M.Beltran@agucate.com	809-530-4131
Leonora García Pina	Cooperativa		809-646-0042
Leonora García Pina	Cooperativa		809-350-4862

TOTAL DE PARTICIPANTES: 16

MODELO DE REGLAMENTO DE USO

AGUACATE DE CAMBITA C-31²

DISPOSICIONES GENERALES

Primero: El presente Reglamento contiene normas que deberán cumplir los miembros de la [Asociación, Cooperativa o Clúster] para el uso y administración de la Marca Colectiva **AGUACATE DE CAMBITA C-31** y su diseño característico.

Segundo: **MARCA COLECTIVA** será otorgada exclusivamente en uso por la [Asociación, Cooperativa o Clúster], a favor de cualquiera de sus miembros que si lo soliciten y siempre que cumpla con las condiciones establecidas en el presente **REGLAMENTO**.

Tercero: Durante la fase de examen previo al otorgamiento para el uso de la **MARCA COLECTIVA**, el miembro solicitante deberá facilitar a los técnicos o personas designadas por la Asociación el acceso a las plantaciones de Aguacate y demás instalaciones para que realicen los estudios y supervisiones que hubiere lugar.

Cuarto: El miembro de la [Asociación, cooperativa o clúster] que haya obtenido la autorización de uso correspondiente, tendrá el derecho de usar la **MARCA COLECTIVA** para distinguir sus productos, y a mencionar en su propaganda o publicidad el hecho de que sus productos ostenten la **MARCA COLECTIVA**.

² C-31 productos agrícolas.

II. LA MARCA COLECTIVA

Quinto: La **MARCA COLECTIVA** es un signo de propiedad de [Asociación, cooperativa o clúster] y está constituido por:

Logo

Descripción.

Sexto: El uso que den a la MARCA COLECTIVA, por parte de los miembros autorizados certifica y garantiza que los productos que son distinguidos por la **MARCA COLECTIVA**, cumplen con las especificaciones establecidas en las normas técnicas vigentes para el AGUACATE, (descripción del producto) así como las condiciones dispuestas por el presente reglamento.

Procedimiento Para Obtener La Autorización de Uso

Séptimo: el miembro interesado solicitará por escrito a la Directiva de la [Asociación, cooperativa o clúster] la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.

Octavo: recibirá la solicitud el Presidente de la [Asociación, cooperativa o clúster] conformará un equipo técnico quien procederá a realizar una evaluación del producto, a efectos de determinar si el mismo cumple con las especificaciones dispuestas en el presente REGLAMENTO.

- Especificar las normas técnicas que aplican al AGUACATE (siembra, cosecha, métodos de recolección, normas fitosanitarias, post-cosecha).

Noveno: El miembro deberá facilitar el acceso a las plantaciones de AGUACATE según el caso para los estudios de evaluación técnica y sufragar los gastos de la misma.

Decimo: si el resultado de la evaluación del sistema de control de calidad y demás factores que inciden en la calidad del AGUACATE es favorable, según el informe emitido por el Comité Técnico se autoriza el uso de la MARCA COLECTIVA, dejándose constancia de ello en el acta de sesiones.

Décimo primero: de no ser satisfactorio el resultado de la evaluación, el Presidente de la [Asociación, cooperativa o clúster] comunicará por escrito tal hecho al solicitante, quien tendrá un plazo máximo de _____ días para subsanar las observaciones.

Décimo segundo: vencido el plazo el presidente de la [Asociación, cooperativa o clúster] dispondrá dentro del término de _____ días y de común acuerdo con el miembro solicitante, la realización de una nueva inspección de evaluación.

Si la inspección de evaluación es favorable, se concederá la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA Si la inspección es desfavorable, la solicitud quedará sin efecto.

Usos de la Marca Colectiva

Decimo Tercero: El miembro de la [Asociación, cooperativa o clúster] que haya sido autorizado a usar la MARCA COLECTIVA se obliga a mantenerla y a prestigiarla, quedando obligado a aplicar la MARCA COLECTIVA, bajo las siguientes condiciones:

Formas:

- *ubicación,*
- *tamaño,*
- *colores,*
- *variaciones autorizadas.*

Lugares:

- *papelería y comunicaciones,*
- *encartes promocionales,*
- *publicidad:*
 - *medios de comunicación especializado,*
 - *medios de comunicaciones en general*
 - *internet*
 - *merchandising*
 - *rótulos o letreros de establecimientos*
 - *uniformes del personal*

Decimo cuarto: En los casos en que el socio decida hacer uso en forma conjunta la MARCA COLECTIVA con su marca individual, será necesario que esta última se encuentre debidamente registrada ante la ONAPI; y su uso deberá cumplir con las siguientes especificaciones: (detallar la forma en que debe aparecer en la etiqueta o envase la MARCA COLECTIVA y la Marca Individual).

- Ubicación
- Tamaño
- Variaciones autorizadas.

Decimo quinto: el miembro autorizado será responsable de que la producción destinada al mercado y que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA cumpla permanentemente con los criterios, especificaciones y condiciones establecidas en el presente REGLAMENTO.

Inspección Y/O Verificación De Las Condiciones De Uso

Decimo sexto: la [Asociación, cooperativa o clúster], por intermedio de su Comité de Técnico realizará verificaciones periódicas, respecto de las condiciones de los productos que se vienen brindando y que son distinguidos con la MARCA COLECTIVA, incluyendo el uso de la misma.

Décimo séptimo: el miembro autorizado deberá prestar las facilidades necesarias para las inspecciones que puedan realizarse en sus plantaciones de AGUACATE y que así lo haya dispuesto el Comité (se podrá prever un mecanismo de inspección con notificaciones previas).

Infracciones y Sanciones

Décimo octavo: la MARCA COLECTIVA es de interés de todos sus miembros, por lo que la [Asociación, cooperativa o clúster] velará por su prestigio y buen uso; constituyendo infracción toda acción u omisión que importe violación de los artículos del presente Reglamento y demás normas de la materia.

Décimo noveno: la infracción será verificada y calificada por el Comité Disciplinario de la [Asociación, cooperativa o clúster], quien determinará la sanción correspondiente.

Vigésimo: constituyen infracciones:

1. el incumplimiento de lo establecido en especificaciones técnicas, según las cuales se ha autorizado el uso de la MARCA COLECTIVA.
2. negarse a prestar las facilidades necesarias para una adecuada supervisión y control de uso de la MARCA COLECTIVA...
3. la publicidad referida al uso de la MARCA COLECTIVA., que pueda llevar a engaño al público.
4. el uso de la MARCA COLECTIVA sin la debida autorización.

5. infringir las normas de Propiedad Industrial, competencia desleal, Publicidad, Protección al Consumidor, y demás pertinentes.

Vigésimo primero: las infracciones, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar serán sancionadas con:

1. Suspensión temporal de la MARCA COLECTIVA.
2. Cancelación de la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.
3. Multa.

Vigésimo segundo: En los casos de Sanción el miembro quedará impedido de usar la MARCA COLECTIVA e incluso se obliga a retirar del mercado los productos que se encuentren marcados con la MARCA COLECTIVA.

El incumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, constituye una infracción sancionada por las normas de Propiedad Industrial y Competencia Desleal, sin perjuicio de que el miembro pueda ser separado de la [Asociación, cooperativa o clúster] conforme a las disposiciones de su estatuto social.

Vigésimo tercero: La protección de la MARCA COLECTIVA frente a las infracciones por parte de terceros en el mercado será de responsabilidad de la [Asociación, cooperativa o clúster] quien tendrá a su cargo la facultad de, a través de la División Jurídica de iniciar las acciones correspondientes.

Otras Disposiciones

Vigésimo cuarto: Las cuestiones no contempladas en el presente Reglamento, así como las cuestiones de interpretación que surjan de su aplicación serán resueltas por la [Asociación, cooperación o clúster] de conformidad con su estatuto social.

MARCA COLECTIVA

BANANO

- TALLER INTERACTIVO BANANO



Proyecto de promoción y apoyo al desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano.

Por:
Ayalivis García M.



Objetivo de Proyecto USAID/RED Dominicana

- Apoyar a pequeños productores agropecuarios en la capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de **Marcas Colectivas** de productos agroindustriales para que esto les permita ser más competitivos en los mercados globales, especialmente ahora que está en ejecución el Acuerdo de Libre Comercio con Centro América y los Estados Unidos de América (DR-CAFTA).

2 Ayalivis García 30/08/2009

¿Qué es una Marca País?

Es un resumen conveniente de los activos de competitividad de una nación y lo componen los siguientes elementos:



3

Ayalivis García

27/11/2009

Tipos de Marcas

Elementos de la marca	Marca	Marca Certificación	Marca Colectiva	Denominación de Origen
Titular	Privado	Privado (p) Colectivo (c) Mixto (c+p)	Colectivo	Privado Estado
Reglas	No	Reglamento Voluntario	Reglamento de Uso	Normas Estatales y Reglamento de Uso
Contenido geográfico	En la etiqueta	Opcional, poco común	Opcional, cada vez más común	Fundamental
Vinculo histórico	No	No	Opcional	Fundamental

5

Ayalivis García

30/08/2009

¿Qué son las Marcas?

Cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación grafica aptos para distinguir los productos o servicios de una empresa de los productos o servicios de otros empresas.

(art. 10 ley 424-06)

4

Ayalivis García

30/08/2009

¿Qué es una Marca Colectiva?

Una herramienta legal que sirve para proteger una marca cuyo titular es una entidad colectiva (Cooperativa, Asociación, Fundación) que agrupa a personas autorizadas por él a usar la marca con base a un reglamento.



MC



6

Ayalivis García

30/08/2009

Desarrollo de la MC

- **1. Asociatividad:**
existe un alto nivel de asociatividad con mas de 18 asociaciones Ej: ADOBANANO.
- **2. Elección de la Marca:**
Es la capacidad de crear un elemento distintivo que informe que existe detrás de la MARCA el cual puede ser grafico, denominativo o mixto.



C-31

Denominativo + Logotipo

7

Ayalivis García

30/08/2009

Desarrollo de la MC

- **3. Reglas de Uso:** Es el conjunto de normas internas que buscan unificar el uso de la MARCA de los productos de que se trate, por parte de los asociados deberá contener:
 - Normas y reglamentos técnicos.
 - Calidad sanitaria
 - Formas de uso de la MC.
 - Mecanismo de control
 - Sanciones
- **4. Protección de la Marca:**
Para el sistema de Propiedad Industrial de la República Dominicana es indispensable el registro ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) de acuerdo a las disposiciones establecida en la Ley 20-00.
 - Solicitud de la Marca y su Clasificación.
 - Copia de los estatutos del gremio.
 - Lista de integrantes.
 - Reglas de uso (2 copias).



8

Ayalivis García

30/08/2009

Desarrollo de la MC

- **5. Autorización de uso:** La autorización de uso será dada a favor de aquellos miembros que cumplan con las disposiciones del reglamento de uso de la MARCA (grados de calidad, clasificación).
- **Solicitud por escrito.**
- **Comité técnico** realizará las evaluaciones.
- **Debe cumplir con las normas técnicas y de calidad** que intervienen en los procesos.
- **6. Promoción-Publicidad:** el éxito de la MARCA dependerá de hacerla conocida en conexión con los productos o servicios que ofrece. (misiones de negocios, ferias nacionales e internacionales).
- **Posicionar al Banano RepDom. como producto de elite.**
- **Ofrecer degustaciones.**
- **Utilizar tienda de delicatessen.**
- **MC deberá informar las características específicas del Banano Repdom.**



9

Ayalivis García

30/08/2009

Desarrollo de MC

- **7. Control y Supervisión:** Deben existir mecanismos de control y supervisión de la MARCA, el colectivo debe tener capacidad de hacer un seguimiento estricto del uso que sus miembros están realizando en el mercado.
- **Uso autorizado.**
- **Certificación de calidad.**
- **Producción controlada.**
- **Trazabilidad del producto.**



10

Ayalivis García

30/08/2009

Etapas Desarrollo Marca Colectiva



30/08/2009

Ayalivis García

11

¿Por Qué una Marca Colectiva del BANANO?

1. Representa el 80% de las exportaciones de RD.
- Distinguir el origen del Banano (La Cavendish).
2. Nivel de Asociatividad:
 - Tiempo de formado el clúster/ 18 asociaciones
3. Calidad del Producto: guía para los diferentes tipos de clasificación.
 - Aroma y sabor característico
4. Lograr mejor posicionamiento como producto de añoranza en en los nichos ya establecidos .
5. Pago de un mejor precio por el producto: Comercio Justo + Orgánico+ MC= 25% + de valor agregado.
 - Lograr mayores ingresos para los productores asociados

12

Ayalivis García

30/08/2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



¿ Qué debe Transmitir una MC?

1. Historia del Producto
 - El Territorio + BANANO+ Manejo del Cultivo + Extracción de la Cosecha
2. Lo que queremos comunicar al consumidor
 - Procesos de transformación: Manejo post cosecha + Etiquetado + Embalaje.
3. Quienes intervienen en los procesos
 - Producto terminado + Distribución + Consumo

13

Ayalivis García

30/08/2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Ventajas Competitivas

- ✓ Aumentan las ventajas competitivas de los pequeños y medianos productores.
- ✓ Acceso a nuevos mercados con protección legal: A través de los tratados comerciales, tales como DR-CAFTA y de Unión Europea, entre otros.
- ✓ Disminución en los costos de operación: Individual Vs. Grupo
- ✓ Desarrollan estrategias conjuntas de publicidad y marketing unidos a otros productos agroindustriales y/o artesanales
- ✓ Incremento de la oferta a los clientes: Aumenta su capacidad de exportación
- ✓ Establecimiento de Normas y Parámetros de Calidad como grupo que garantiza al consumidor que siempre recibirá un mismo producto.
- ✓ Distinción y reconocimiento de la marca: Prestigio local e internacionalmente.

14

Ayalivis García

30/08/2009

[illegible]

42

MODELO REGLAMENTO DE USO

BANANO DOMINICANO C-31³

DISPOSICIONES GENERALES

Primero: El presente Reglamento contiene normas que deberán cumplir los miembros de la [Asociación] para el uso y administración de la Marca Colectiva **C-30** y su diseño característico.

Segundo: MARCA COLECTIVA será otorgada exclusivamente en uso por la [Asociación], a favor de cualquiera de sus miembros que si lo soliciten y siempre que cumpla con las condiciones establecidas en el presente **REGLAMENTO**.

Tercero: Durante la fase de examen previo al otorgamiento para el uso de la MARCA COLECTIVA, el miembro solicitante deberá facilitar a los técnicos o personas designadas por la Asociación el acceso a las plantaciones de yuca o las fabricas de Aguacate y demás instalaciones para que realicen los estudios y supervisiones que hubiere lugar.

Cuarto: El miembro de la [Asociación,] que haya obtenido la autorización de uso correspondiente, tendrá el derecho de usar la MARCA COLECTIVA para distinguir sus productos, y a mencionar en su propaganda o publicidad el hecho de que sus productos ostenten la MARCA COLECTIVA.

³ C-31 productos agrícolas...

II. LA MARCA COLECTIVA

Quinto: La **MARCA COLECTIVA** es un signo de propiedad de [Asociación] y está constituido por:



Logo + descripción.

Sexto: El uso que den a la MARCA COLECTIVA, por parte de los miembros autorizados certifica y garantiza que los productos que son distinguidos por la **MARCA COLECTIVA**, cumplen con las especificaciones establecidas en las normas técnicas vigentes para el BANANO, (descripción del producto) así como las condiciones dispuestas por el presente reglamento.

Procedimiento Para Obtener La Autorización de Uso

Séptimo: el miembro interesado solicitará por escrito a la Directiva de la [Asociación,] la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.

Octavo: recibirá la solicitud el Presidente de la [Asociación] conformará un equipo técnico quien procederá a realizar una evaluación del producto, a efectos de determinar si el mismo cumple con las especificaciones dispuestas en el presente REGLAMENTO. (Especificar las normas técnicas que aplican al BANANO).

Noveno: El miembro deberá facilitar el acceso a las plantaciones de Banano según el caso para los estudios de evaluación técnica y sufragar los gastos de la misma.

Decimo: si el resultado de la evaluación del sistema de control de calidad y demás factores que inciden en la calidad del BANANO es favorable, según el informe emitido por el Comité Técnico se autoriza el uso de la MARCA COLECTIVA, dejándose constancia de ello en el acta de sesiones.

Décimo primero: de no ser satisfactorio el resultado de la evaluación, el Presidente de la [Asociación] comunicará por escrito tal hecho al solicitante, quien tendrá un plazo máximo de _____ días para subsanar las observaciones.

Décimo segundo: vencido el plazo el presidente de la [Asociación] dispondrá dentro del término de _____ días y de común acuerdo con el miembro solicitante, la realización de una nueva inspección de evaluación.

Si la inspección de evaluación es favorable, se concederá la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA Si la inspección es desfavorable, la solicitud quedará sin efecto.

Usos de la Marca Colectiva

Decimo Tercero: El miembro de la [Asociación] que haya sido autorizado a usar la MARCA COLECTIVA se obliga a mantenerla y a prestigiarla, quedando obligado a aplicar la MARCA COLECTIVA, bajo las siguientes condiciones:

Formas:

- *ubicación,*
- *tamaño,*
- *colores,*
- *variaciones autorizadas.*

Lugares:

- *papelería y comunicaciones,*
- *encartes promocionales,*
- *publicidad:*
 - *medios de comunicación especializado,*
 - *medios de comunicaciones en general*
 - *internet*
 - *merchandising*
 - *rótulos o letreros de establecimientos*
 - *uniformes del personal*

Decimo cuarto: En los casos en que el socio decida hacer uso en forma conjunta la MARCA COLECTIVA con su marca individual, será necesario que esta última se encuentre debidamente registrada ante la ONAPI; y su uso deberá cumplir con las siguientes especificaciones: (detallar la forma en que debe aparecer en la etiqueta o envase la MARCA COLECTIVA y la Marca Individual).

- Ubicación
- Tamaño
- Variaciones autorizadas.

Decimo quinto: el miembro autorizado será responsable de que la producción destinada al mercado y que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA cumpla permanentemente con los criterios, especificaciones y condiciones establecidas en el presente REGLAMENTO.

Inspección Y/O Verificación De Las Condiciones De Uso

Decimo sexto: la [Asociación], por intermedio de su Comité de Técnico realizará verificaciones periódicas, respecto de las condiciones de los productos que se vienen brindando y que son distinguidos con la MARCA COLECTIVA, incluyendo el uso de la misma.

Décimo séptimo: el miembro autorizado deberá prestar las facilidades necesarias para las inspecciones que puedan realizarse en sus plantaciones de BANANO y que así lo haya dispuesto el Comité (se podrá prever un mecanismo de inspección con notificaciones previas).

Infracciones y Sanciones

Décimo octavo: la MARCA COLECTIVA es de interés de todos sus miembros, por lo que la [Asociación] velará por su prestigio y buen uso; constituyendo infracción toda acción u omisión que importe violación de los artículos del presente Reglamento y demás normas de la materia.

Décimo noveno: la infracción será verificada y calificada por el Comité Disciplinario de la [Asociación], quien determinará la sanción correspondiente.

Vigésimo: constituyen infracciones:

1. el incumplimiento de lo establecido en especificaciones técnicas, según las cuales se ha autorizado el uso de la MARCA COLECTIVA.
2. negarse a prestar las facilidades necesarias para una adecuada supervisión y control de uso de la MARCA COLECTIVA...
3. la publicidad referida al uso de la MARCA COLECTIVA., que pueda llevar a engaño al público.
4. el uso de la MARCA COLECTIVA sin la debida autorización.
5. infringir las normas de Propiedad Industrial, competencia desleal, Publicidad, Protección al Consumidor, y demás pertinentes.

Vigésimo primero: las infracciones, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar serán sancionadas con:

1. Suspensión temporal de la MARCA COLECTIVA.
2. Cancelación de la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.
3. Multa.

Vigésimo segundo: En los casos de Sanción el miembro quedará impedido de usar la MARCA COLECTIVA e incluso se obliga a retirar del mercado los productos que se encuentren marcados con la MARCA COLECTIVA.

El incumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, constituye una infracción sancionada por las normas de Propiedad Industrial y Competencia Desleal, sin perjuicio de que el miembro pueda ser separado de la [Asociación] conforme a las disposiciones de su estatuto social.

Vigésimo tercero: La protección de la MARCA COLECTIVA frente a las infracciones por parte de terceros en el mercado será de responsabilidad de la [Asociación] quien tendrá a su cargo la facultad de, a través de la División Jurídica de iniciar las acciones correspondientes.

Otras Disposiciones

Vigésimo cuarto: Las cuestiones no contempladas en el presente Reglamento, así como las cuestiones de interpretación que surjan de su aplicación serán resueltas por la [Asociación] de conformidad con su estatuto social.

[Fin de documento]

MARCA COLECTIVA
CASABE DE MONCIÓN

- TALLER INTERACTIVO CASABE DE MONCIÓN

**USAID**
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL

Consejo
Nacional
de Competitividad

Proyecto de promoción y apoyo al desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano.

Por:
Ayalivis García
Julio 16, 2008

**USAID**
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL

Consejo
Nacional
de Competitividad

Objetivo de Proyecto USAID/RED Dominicana

- ♦ Apoyar a pequeños productores agropecuarios en la capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de **Marcas Colectivas** de productos agroindustriales para que esto les permita ser más competitivos en los mercados globales, especialmente ahora que está en ejecución el Acuerdo de Libre Comercio con Centro América y los Estados Unidos de América (DR-CAFTA).



USAID
DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Consejo
Nacional
de Competitividad

CASABE C-30

♦ Que son las Marcas?

Cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación grafica aptos para distinguir los productos o servicios de una empresa de los productos o servicios de otras empresas.

(art. 10 ley 424-06)



USAID
DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Consejo
Nacional
de Competitividad

Requisitos para su registro

- **Un signo:** Cosa que evoca o representa la idea de otra. Por lo que la Marca no es una idea es necesario que se materialice y que se haga visible al exterior.
- **Representación grafica:** Debe ser objeto de una representación grafica.
- **Aptitud diferenciadora:** Es la capacidad de distinguir en el mercado determinados productos y servicios de otros idénticos y similares, la marca debe cumplir una función decisiva en un mercado competitivo.



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Funciones de la Marca

- **Función indicadora del origen empresarial:** la vinculación empresarial, constituirá la función esencial de la marca.
- **Función indicadora de la calidad:** El consumidor atribuye al producto identificado con la marca un determinado nivel de calidad que satisface sus expectativas y podrá considerar que todos los productos identificados con esa marca van a obtener la misma calidad.
- **Función informativa:** La marca deberá informar por si misma los datos que determinan su elección, como la naturaleza del producto y sus características.(MC=P+T+R).
- **Función publicitaria:** La marca a parte de tener un elemento diferenciador e informativo acerca del origen empresarial y calidad del producto sea convertido en un mecanismo publicitario esto hace que sea un estímulo para la adquisición de un producto.



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



CASABE C-30

Función mercantil: La marca tiene que actuar en el mercado, es un mecanismo idóneo para garantizar la libertad de competencia y el adecuado funcionamiento del mercado.

Identifica productos y servicios de una empresa.: No pueden existir marcas sin que se aplique a productos (constituyen cosas muebles e inmuebles) o servicios (constituyen prestaciones de carácter inmaterial) concretos susceptibles de tráfico económico.



USAID
DEL PUERTO RICO A LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMERICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Como pueden ser las marcas?

- ♦ **Por su naturaleza:** Denominativas, **Mixta**, figurativas, Tridimensionales, Sonoras y Olfativas.
- ♦ **Por su ámbito de aplicación:** una **marca de productos** o de servicios.
- ♦ **Por su función:** individual (existen 30 registros de marcas de Casabe en ONAPI), una **marca colectiva**, certificación, indicación geográfica o denominación de origen.



USAID
DEL PUERTO RICO A LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMERICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



TIPOS DE MARCAS

Elementos de la Marca	Marca	Marca Certificación	Marca Colectiva	Denominación de Origen
Titular	Privado	Privado Colectivo Mixto: Privado y Estado	Colectivo	Privado Estado
Reglas	No	Reglamento Voluntario	Reglamento de Uso	Normas Estatales y Reglamento de Uso
Contenido Geográfico	En la Etiqueta	Opcional, poco común	Opcional, cada vez más común	Fundamental
Vinculo Histórico	No	No	Opcional	Fundamental



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Qué es una marca colectiva?

Una herramienta legal que sirve para proteger una marca cuyo titular es una entidad colectiva (Cooperativa, Asociación, Fundación) que agrupa a personas autorizadas por él a usar la marca con base a un reglamento.



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Desarrollo de la MC

- ♦ **1. Asociatividad:**
Deberá existir un gremio que agrupe a los productores de CASABE de MONCION, (fundación, asociación, cooperativa).
- ♦ **2. Elección de la Marca:**
Es la capacidad de crear un elemento distintivo que informe que existe detrás de la MARCA el cual puede ser grafico, denominativo o mixto.



CASABE MONCION
C-30

Desarrollo de la MC

- ♦ **3. Reglas de Uso:** Es el conjunto de normas internas que buscan unificar el uso de la MARCA de los productos de que se trate, por parte de los asociados. Partiendo de elementos de calidad, homogeneidad, estabilidad y cualquier otras características particulares de estos productos.
- ♦ **4. Protección de la Marca:** Para el sistema de Propiedad Industrial de la Republica Dominicana es indispensable el registro ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) de acuerdo a las disposiciones establecida en la Ley 20-00.



Desarrollo de MC

- ♦ **5. Autorización de uso:** La autorización de uso será dada a favor de aquellos miembros que cumplan con las disposiciones del reglamento de uso de la MARCA.
- ♦ **6. Promoción-Publicidad:** el éxito de la MARCA dependerá de hacerla conocida en conexión con los productos o servicios que ofrece.
- ♦ **7. Control y Supervisión:** Deben existir mecanismos de control y supervisión de la MARCA, el colectivo debe tener capacidad de hacer un seguimiento estricto del uso que sus miembros están realizando en el mercado.



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Desarrollo de la MC

Esquema:



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



¿Por Qué una MC para CASABE DE MONCION?

1. Producto étnico y tradicional de la región
 - Casabe + Pequeños productores = Clúster de casabe
2. Nivel de Asociatividad:
 - Tiempo de formado el clúster
3. Calidad del Producto: reputación de la región
 - Aroma y sabor característico
4. Lograr mejor posicionamiento como producto de añoranza en en los nichos ya establecidos.
5. Pago de un mejor precio por el producto: Comercio Justo + Orgánico.
 - Lograr mayores ingresos para los productores asociados



USAID
UNION FEDERAL DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



¿Por Qué una MC para CASABE DE MONCION?

1. Producto étnico y tradicional de la región
 - Casabe + Pequeños productores = Clúster de casabe
2. Nivel de Asociatividad:
 - Tiempo de formado el clúster
3. Calidad del Producto: reputación de la región
 - Aroma y sabor característico
4. Lograr mejor posicionamiento como producto de añoranza en en los nichos ya establecidos.
5. Pago de un mejor precio por el producto: Comercio Justo + Orgánico.
 - Lograr mayores ingresos para los productores asociados



USAID
UNION FEDERAL DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Ventajas del uso de MC

- ♦ Aumentan las ventajas competitivas.
- ♦ Acceso a nuevos mercados.
- ♦ Disminución en los costos de operación.
- ♦ Incremento de la oferta a los clientes.
- ♦ Incrementa la demanda de productos y servicios.
- ♦ Distinción y reconocimiento de la marca.
- ♦ Promociones simultáneas de los productos y servicios.

[illegible]

58

MODELO REGLAMENTO DE USO

CASABE DE MONCION C-30⁴

DISPOSICIONES GENERALES

Primero: El presente Reglamento contiene normas que deberán cumplir los miembros de la [Asociación, Cooperativa o Clúster] para el uso y administración de la Marca Colectiva **C-30** y su diseño característico.

Segundo: MARCA COLECTIVA será otorgada exclusivamente en uso por la [Asociación, Cooperativa o Clúster], a favor de cualquiera de sus miembros que si lo soliciten y siempre que cumpla con las condiciones establecidas en el presente **REGLAMENTO**.

Tercero: Durante la fase de examen previo al otorgamiento para el uso de la MARCA COLECTIVA, el miembro solicitante deberá facilitar a los técnicos o personas designadas por la Asociación el acceso a las plantaciones de yuca o las fabricas de casabe y demás instalaciones para que realicen los estudios y supervisiones que hubiere lugar.

Cuarto: El miembro de la [Asociación, cooperativa o clúster] que haya obtenido la autorización de uso correspondiente, tendrá el derecho de usar la MARCA COLECTIVA para distinguir sus productos, y a mencionar en su propaganda o publicidad el hecho de que sus productos ostenten la MARCA COLECTIVA.

II. LA MARCA COLECTIVA

Quinto: La **MARCA COLECTIVA** es un signo de propiedad de [Asociación, cooperativa o clúster] y está constituido por:

Logo

Descripción.

Sexto: El uso que den a la MARCA COLECTIVA, por parte de los miembros autorizados certifica y garantiza que los productos que son distinguidos por la **MARCA COLECTIVA**, cumplen con las especificaciones establecidas en las normas técnicas vigentes para el CASABE, (descripción del producto) así como las condiciones dispuestas por el presente reglamento.

⁴ C-30 productos elaborados a base de Tapioca (Yuca).

Procedimiento Para Obtener La Autorización de Uso

Séptimo: el miembro interesado solicitará por escrito a la Directiva de la [Asociación, cooperativa o clúster] la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.

Octavo: recibirá la solicitud el Presidente de la [Asociación, cooperativa o clúster] conformará un equipo técnico quien procederá a realizar una evaluación del producto, a efectos de determinar si el mismo cumple con las especificaciones dispuestas en el presente REGLAMENTO. (Especificar las normas técnicas que aplican al CASABE).

Noveno: El miembro deberá facilitar el acceso a las plantaciones de yuca o fabrica de CASABE según el caso para los estudios de evaluación técnica y sufragar los gastos de la misma.

Decimo: si el resultado de la evaluación del sistema de control de calidad y demás factores que inciden en la calidad del CASABE es favorable, según el informe emitido por el Comité Técnico se autoriza el uso de la MARCA COLECTIVA, dejándose constancia de ello en el acta de sesiones.

Décimo primero: de no ser satisfactorio el resultado de la evaluación, el Presidente de la [Asociación, cooperativa o clúster] comunicará por escrito tal hecho al solicitante, quien tendrá un plazo máximo de _____ días para subsanar las observaciones.

Décimo segundo: vencido el plazo el presidente de la [Asociación, cooperativa o clúster] dispondrá dentro del término de _____ días y de común acuerdo con el miembro solicitante, la realización de una nueva inspección de evaluación.

Si la inspección de evaluación es favorable, se concederá la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA Si la inspección es desfavorable, la solicitud quedará sin efecto.

Usos de la Marca Colectiva

Decimo Tercero: El miembro de la [Asociación, cooperativa o clúster] que haya sido autorizado a usar la MARCA COLECTIVA se obliga a mantenerla y a prestigarla, quedando obligado a aplicar la MARCA COLECTIVA, bajo las siguientes condiciones:

Formas:

- *ubicación,*
- *tamaño,*
- *colores,*
- *variaciones autorizadas.*

Lugares:

- *papelería y comunicaciones,*
- *encartes promocionales,*
- *publicidad:*
 - *medios de comunicación especializado,*
 - *medios de comunicaciones en general*
 - *internet*
 - *merchandising*
 - *rótulos o letreros de establecimientos*
 - *uniformes del personal*

Decimo cuarto: En los casos en que el socio decida hacer uso en forma conjunta la MARCA COLECTIVA con su marca individual, será necesario que esta última se encuentre debidamente registrada ante la ONAPI; y su uso deberá cumplir con las siguientes especificaciones: (detallar la forma en que debe aparecer en la etiqueta o envase la MARCA COLECTIVA y la Marca Individual).

- Ubicación
- Tamaño
- Variaciones autorizadas.

Decimo quinto: el miembro autorizado será responsable de que la producción destinada al mercado y que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA cumpla permanentemente con los criterios, especificaciones y condiciones establecidas en el presente REGLAMENTO.

Inspección Y/O Verificación De Las Condiciones De Uso

Decimo sexto: la [Asociación, cooperativa o clúster], por intermedio de su Comité de Técnico realizará verificaciones periódicas, respecto de las condiciones de los productos que se vienen brindando y que son distinguidos con la MARCA COLECTIVA, incluyendo el uso de la misma.

Décimo séptimo: el miembro autorizado deberá prestar las facilidades necesarias para las inspecciones que puedan realizarse en sus plantaciones de yuca o fábricas de CASABE y que así lo haya dispuesto el Comité (se podrá prever un mecanismo de inspección con notificaciones previas).

Infracciones Y Sanciones

Décimo octavo: la MARCA COLECTIVA es de interés de todos sus miembros, por lo que la [Asociación, cooperativa o clúster] velará por su prestigio y buen uso; constituyendo infracción toda acción u omisión que importe violación de los artículos del presente Reglamento y demás normas de la materia.

Décimo noveno: la infracción será verificada y calificada por el Comité Disciplinario de la [Asociación, cooperativa o clúster], quien determinará la sanción correspondiente.

Vigésimo: constituyen infracciones:

1. el incumplimiento de lo establecido en especificaciones técnicas, según las cuales se ha autorizado el uso de la MARCA COLECTIVA.
2. negarse a prestar las facilidades necesarias para una adecuada supervisión y control de uso de la MARCA COLECTIVA...
3. la publicidad referida al uso de la MARCA COLECTIVA., que pueda llevar a engaño al público.
4. el uso de la MARCA COLECTIVA sin la debida autorización.
5. infringir las normas de Propiedad Industrial, competencia desleal, Publicidad, Protección al Consumidor, y demás pertinentes.

Vigésimo primero: las infracciones, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar serán sancionadas con:

1. Suspensión temporal de la MARCA COLECTIVA.
2. Cancelación de la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.
3. Multa.

Vigésimo segundo: En los casos de Sanción el miembro quedará impedido de usar la MARCA COLECTIVA e incluso se obliga a retirar del mercado los productos que se encuentren marcados con la MARCA COLECTIVA.

El incumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, constituye una infracción sancionada por las normas de Propiedad Industrial y Competencia Desleal, sin perjuicio de que el miembro

pueda ser separado de la [Asociación, cooperativa o clúster] conforme a las disposiciones de su estatuto social.

Vigésimo tercero: La protección de la MARCA COLECTIVA frente a las infracciones por parte de terceros en el mercado será de responsabilidad de la [Asociación, cooperativa o clúster] quien tendrá a su cargo la facultad de, a través de la División Jurídica de iniciar las acciones correspondientes.

Otras Disposiciones

Vigésimo cuarto: Las cuestiones no contempladas en el presente Reglamento, así como las cuestiones de interpretación que surjan de su aplicación serán resueltas por la [Asociación, cooperación o clúster] de conformidad con su estatuto social.

[Fin de documento]

MARCA COLECTIVA
MANGO

- TALLER INTERACTIVO MANGO





Proyecto de promoción y apoyo al desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano.

Por:
Ayalivis García M.





Objetivo de Proyecto USAID/RED Dominicana

- Apoyar a pequeños productores agropecuarios en la capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de **Marcas Colectivas** de productos agroindustriales para que esto les permita ser más competitivos en los mercados globales, especialmente ahora que está en ejecución el Acuerdo de Libre Comercio con Centro América y los Estados Unidos de América (DR-CAFTA).

2 Ayalivis García 30/08/2009

¿Qué es una Marca País?

Es un resumen conveniente de los activos de competitividad de una nación y lo componen los siguientes elementos:



3

Ayalivis García

27/11/2009

¿Qué son las Marcas?

Cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación gráfica aptos para distinguir los productos o servicios de una empresa de los productos o servicios de otras empresas.

(art. 10 ley 424-06)

4

Ayalivis García

30/08/2009

Tipos de Marcas

Elementos de la marca	Marca	Marca Certificación	Marca Colectiva	Denominación de Origen
Titular	Privado	Privado (p) Colectivo (c) Mixto (c+p)	Colectivo	Privado Estado
Reglas	No	Reglamento Voluntario	Reglamento de Uso	Normas Estatales y Reglamento de Uso
Contenido geográfico	En la etiqueta	Opcional, poco común	Opcional, cada vez más común	Fundamental
Vínculo histórico	No	No	Opcional	Fundamental

5

Ayalivis García

30/08/2009

¿Qué es una Marca Colectiva?

Una herramienta legal que sirve para proteger una marca cuyo titular es una entidad colectiva (Cooperativa, Asociación, Fundación) que agrupa a personas autorizadas por él a usar la marca con base a un reglamento.



MC



6

Ayalivis García

30/08/2009

Desarrollo de la MC

- **1. Asociatividad:**
existe un alto nivel de asociatividad con mas de 18 asociaciones Ej: ADOBANANO.



- **2. Elección de la Marca:**
Es la capacidad de crear un elemento distintivo que informe que existe detrás de la MARCA el cual puede ser grafico, denominativo o mixto.



C-31

Denominativo + Logotipo

7

Ayalivis García

30/08/2009

Desarrollo de la MC

- **3. Reglas de Uso:** Es el conjunto de normas internas que buscan unificar el uso de la MARCA de los productos de que se trate, por parte de los asociados deberá contener:
 - Normas y reglamentos técnicos.
 - Calidad sanitaria
 - Formas de uso de la MC.
 - Mecanismo de control
 - Sanciones



- **4. Protección de la Marca:**
Para el sistema de Propiedad Industrial de la República Dominicana es indispensable el registro ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) de acuerdo a las disposiciones establecida en la Ley 20-00.
 - Solicitud de la Marca y su Clasificación.
 - Copia de los estatutos del gremio.
 - Lista de integrantes.
 - Reglas de uso (2 copias).



8

Ayalivis García

30/08/2009



USAID
DEL PRESIDENTE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Desarrollo de la MC

- **5. Autorización de uso:** La autorización de uso será dada a favor de aquellos miembros que cumplan con las disposiciones del reglamento de uso de la MARCA (grados de calidad, clasificación).
- **Solicitud por escrito.**
- **Comité técnico** realizará las evaluaciones.
- **Debe cumplir con las normas técnicas y de calidad** que intervienen en los procesos.
- **6. Promoción-Publicidad:** el éxito de la MARCA dependerá de hacerla conocida en conexión con los productos o servicios que ofrece. (misiones de negocios, ferias nacionales e internacionales).
- **Posicionar al Banano RepDom. como producto de elite.**
- **Ofrecer degustaciones.**
- **Utilizar tienda de delicatessen.**
- **MC deberá informar las cualidades del Mango Dominicano.**



9

Ayalivis García

27/11/2009



USAID
DEL PRESIDENTE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Desarrollo de MC

- **7. Control y Supervisión:** Deben existir mecanismos de control y supervisión de la MARCA, el colectivo debe tener capacidad de hacer un seguimiento estricto del uso que sus miembros están realizando en el mercado.
- **Uso autorizado.**
- **Certificación de calidad.**
- **Producción controlada.**
- **Trazabilidad del producto.**

10

Ayalivis García

27/11/2009



USAID
DEPARTAMENTO DE ESTADO
UNIDOS DE AMERICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Consejo
Nacional
de Competitividad

Etapas Desarrollo Marca Colectiva



30/08/2009

Ayalivis García

11



USAID
DEPARTAMENTO DE ESTADO
UNIDOS DE AMERICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Consejo
Nacional
de Competitividad

¿Por Qué una Marca Colectiva del BANANO?

1. Representa el 80% de las exportaciones de RD.
 - Distinguir el origen del Banano (La Cavendish).
2. Nivel de Asociatividad:
 - Tiempo de formado el clúster/ 18 asociaciones
3. Calidad del Producto: guía para los diferentes tipos de clasificación.
 - Aroma y sabor característico
4. Lograr mejor posicionamiento como producto de añoranza en en los nichos ya establecidos .
5. Pago de un mejor precio por el producto: Comercio Justo + Orgánico+ MC= 25% + de valor agregado.
 - Lograr mayores ingresos para los productores asociados

12

Ayalivis García

30/08/2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



¿ Qué debe Transmitir una MC?

1. Historia del Producto
 - El Territorio + BANANO+ Manejo del Cultivo + Extracción de la Cosecha
2. Lo que queremos comunicar al consumidor
 - Procesos de transformación: Manejo post cosecha + Etiquetado + Embalaje.
3. Quienes intervienen en los procesos
 - Producto terminado + Distribución + Consumo

13

Ayalivis García

30/08/2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Ventajas Competitivas

- ✓ Aumentan las ventajas competitivas de los pequeños y medianos productores.
- ✓ Acceso a nuevos mercados con protección legal: A través de los tratados comerciales, tales como DR-CAFTA y de Unión Europea, entre otros.
- ✓ Disminución en los costos de operación: Individual Vs. Grupo
- ✓ Desarrollan estrategias conjuntas de publicidad y marketing unidos a otros productos agroindustriales y/o artesanales
- ✓ Incremento de la oferta a los clientes: Aumenta su capacidad de exportación
- ✓ Establecimiento de Normas y Parámetros de Calidad como grupo que garantiza al consumidor que siempre recibirá un mismo producto.
- ✓ Distinción y reconocimiento de la marca: Prestigio local e internacionalmente.

14

Ayalivis García

30/08/2009

• LISTA DE PARTICIPANTES



USAID | PROYECTO DE DIVERSIFICACIÓN
ECONÓMICA RURAL
DEL PUEBLO DEL CAMPEÓN
UNIDAD DE AYUDA



**Consejo
Nacional de
Competitividad**

Proyecto de "Promoción y Apoyo al Desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano",
Asistencia Técnica y capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de marcas colectivas de productos agroindustriales

Fecha 21/07/09 Lugar: Santo Domingo (Mango)

Nombre	Conjunto Productivo	Correo Electrónico	Teléfono/ Fax
Rubio Acosta	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Eximio Mota Mota	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Alfonso Díaz	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Misela Taveras	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
San Tago River	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Gabriel Mota Mota	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Amable Díaz	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Luz de la Cruz	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Marta Mota	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Emilio Martínez	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Ulises Mota	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Candida H. Bultrón	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430
Carlos Bultrón	Finca personal	rubioacosta@hotmail.com	809-7564430

TOTAL PARTICIPANTES: 13

MODELO REGLAMENTO DE USO

MANGO DOMINICANO C-31⁵

DISPOSICIONES GENERALES

Primero: El presente Reglamento contiene normas que deberán cumplir los miembros del Clúster para el uso y administración de la Marca Colectiva **C-31** y su diseño característico.

Segundo: MARCA COLECTIVA será otorgada exclusivamente en uso por el Clúster], a favor de cualquiera de sus miembros que si lo soliciten y siempre que cumpla con las condiciones establecidas en el presente **REGLAMENTO**.

Tercero: Durante la fase de examen previo al otorgamiento para el uso de la MARCA COLECTIVA, el miembro solicitante deberá facilitar a los técnicos o personas designadas por la Asociación el acceso a las plantaciones de Mango e instalaciones para que realicen los estudios y supervisiones que hubiere lugar.

Cuarto: El miembro del clúster] que haya obtenido la autorización de uso correspondiente, tendrá el derecho de usar la MARCA COLECTIVA para distinguir sus productos, y a mencionar en su propaganda o publicidad el hecho de que sus productos ostenten la MARCA COLECTIVA.

⁵ C-31 productos agrícolas.

II. LA MARCA COLECTIVA

Quinto: La **MARCA COLECTIVA** es un signo de propiedad del clúster y está constituido por:

Ejemplo:



Logo + Descripción

Sexto: El uso que den a la MARCA COLECTIVA, por parte de los miembros autorizados certifica y garantiza que los productos que son distinguidos por la **MARCA COLECTIVA**, cumplen con las especificaciones establecidas en las normas técnicas vigentes para el MANGO (descripción del producto) así como las condiciones dispuestas por el presente reglamento.

Procedimiento Para Obtener La Autorización de Uso

Séptimo: el miembro interesado solicitará por escrito a la Directiva del clúster la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.

Octavo: recibirá la solicitud el Presidente del clúster conformará un equipo técnico quien procederá a realizar una evaluación del producto, a efectos de determinar si el mismo cumple con las especificaciones dispuestas en el presente REGLAMENTO.

- Especificar las normas técnicas que aplican al MANGO. (siembra, cosecha, métodos

de recolección, normas fitosanitarias, post-cosecha).

- Indicar requisitos mínimos del Codex están 184-1993.

Noveno: El miembro deberá facilitar el acceso a las plantaciones de MANGO según el caso para los estudios de evaluación técnica y sufragar los gastos de la misma.

Decimo: si el resultado de la evaluación del sistema de control de calidad y demás factores que inciden en la calidad del MANGO es favorable, según el informe emitido por el Comité Técnico se autoriza el uso de la MARCA COLECTIVA, dejándose constancia de ello en el acta de sesiones.

Décimo primero: de no ser satisfactorio el resultado de la evaluación, el Presidente del [clúster] comunicará por escrito tal hecho al solicitante, quien tendrá un plazo máximo de _____ días para subsanar las observaciones.

Décimo segundo: vencido el plazo el presidente del [clúster] dispondrá dentro del término de _____ días y de común acuerdo con el miembro solicitante, la realización de una nueva inspección de evaluación.

Si la inspección de evaluación es favorable, se concederá la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA Si la inspección es desfavorable, la solicitud quedará sin efecto.

Usos de la Marca Colectiva

Decimo Tercero: El miembro del clúster que haya sido autorizado a usar la MARCA COLECTIVA se obliga a mantenerla y a prestigiarla, quedando obligado a aplicar la MARCA COLECTIVA, bajo las siguientes condiciones:

Formas:

- *ubicación,*
- *tamaño,*
- *colores,*
- *variaciones autorizadas.*

Lugares:

- *papelería y comunicaciones,*
- *encartes promocionales,*
- *publicidad:*
 - *medios de comunicación especializado,*
 - *medios de comunicaciones en general*
 - *internet*
 - *merchandising*
 - *rótulos o letreros de establecimientos*
 - *uniformes del personal*

Decimo cuarto: En los casos en que el socio decida hacer uso en forma conjunta la MARCA COLECTIVA con su marca individual, será necesario que esta última se encuentre debidamente registrada ante la ONAPI; y su uso deberá cumplir con las siguientes especificaciones: (detallar la forma en que debe aparecer en la etiqueta o envase la MARCA COLECTIVA y la Marca Individual).

- Ubicación
- Tamaño
- Variaciones autorizadas.

Decimo quinto: el miembro autorizado será responsable de que la producción destinada al mercado y que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA cumpla permanentemente con los criterios, especificaciones y condiciones establecidas en el presente REGLAMENTO.

Inspección Y/O Verificación De Las Condiciones De Uso

Decimo sexto: el clúster, por intermedio de su Comité de Técnico realizará verificaciones periódicas, respecto de las condiciones de los productos que se

Vienen brindando y que son distinguidos con la MARCA COLECTIVA, incluyendo el uso de la misma.

Décimo séptimo: el miembro autorizado deberá prestar las facilidades necesarias para las inspecciones que puedan realizarse en sus plantaciones de MANGO y que así lo haya dispuesto el Comité (se podrá prever un mecanismo de inspección con notificaciones previas).

Infracciones y Sanciones

Décimo octavo: *la* MARCA COLECTIVA es de interés de todos sus miembros, por lo que el [clúster] velará por su prestigio y buen uso; constituyendo infracción toda acción u omisión que importe violación de los artículos del presente Reglamento y demás normas de la materia.

Décimo noveno: la infracción será verificada y calificada por el Comité Disciplinario de el clúster], quien determinará la sanción correspondiente.

Vigésimo: constituyen infracciones:

1. el incumplimiento de lo establecido en especificaciones técnicas, según las cuales se ha autorizado el uso de la MARCA COLECTIVA.
2. Negarse a prestar las facilidades necesarias para una adecuada supervisión y control de uso de la MARCA COLECTIVA...
3. La publicidad referida al uso de la MARCA COLECTIVA., que pueda llevar a engaño al público.
4. El uso de la MARCA COLECTIVA sin la debida autorización.
5. Infringir las normas de Propiedad Industrial, competencia desleal, Publicidad, Protección al Consumidor, y demás pertinentes.

Vigésimo primero: *las* infracciones, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar serán sancionadas con:

1. Suspensión temporal de la MARCA COLECTIVA.
2. Cancelación de la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.
3. Multa.

Vigésimo segundo: En los casos de Sanción el miembro quedará impedido de usar la MARCA COLECTIVA e incluso se obliga a retirar del mercado los productos que se encuentren marcados con la MARCA COLECTIVA.

El incumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, constituye una infracción sancionada por las normas de Propiedad Industrial y Competencia Desleal, sin perjuicio de que el miembro pueda ser separado del clúster conforme a las disposiciones de su estatuto social.

Vigésimo tercero: La protección de la MARCA COLECTIVA frente a las infracciones por parte de terceros en el mercado será de responsabilidad del clúster quien tendrá a su cargo la facultad de, a través de la División Jurídica de iniciar las acciones correspondientes.

Otras Disposiciones

Vigésimo cuarto: Las cuestiones no contempladas en el presente Reglamento, así como las cuestiones de interpretación que surjan de su aplicación serán resueltas por el clúster de conformidad con su estatuto social.

MARCA COLECTIVA
VEGETALES DE INVERNADEROS

- TALLER INTERACTIVO VEGETALES DE INVERNADERO





Proyecto de promoción y apoyo al desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano.

Por:
Ayalivis García M.





Objetivo de Proyecto USAID/RED Dominicana

- Apoyar a pequeños productores agropecuarios en la capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de **Marcas Colectivas** de productos agroindustriales para que esto les permita ser más competitivos en los mercados globales, especialmente ahora que está en ejecución el Acuerdo de Libre Comercio con Centro América y los Estados Unidos de América (DR-CAFTA).

2

Ayalivis García

26/11/2009

¿Qué es una Marca País?

Es un resumen conveniente de los activos de competitividad de una nación y lo componen los siguientes elementos:



Ayalivis García

26/11/2009

¿Qué son las Marcas?

Cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación grafica aptos para distinguir los productos o servicios de una empresa de los productos o servicios de otros empresas.

(art. 10 ley 424-06)

Ayalivis García

26/11/2009

¿Qué es una Marca Colectiva?

Una herramienta legal que sirve para proteger una marca cuyo titular es una entidad colectiva (Cooperativa, Asociación, Fundación) que agrupa a personas autorizadas por él a usar la marca con base a un reglamento.



5

Ayalivis García

26/11/2009

Desarrollo de la MC

- **1. Asociatividad:**
existe un alto nivel de asociatividad con más de 200 productores asociados en la zona del noreste y Cibao central, Ej: Cooperativa Zafarraya.
- **2. Elección de la Marca:**
Es la capacidad de crear un elemento distintivo que informe que existe detrás de la MARCA el cual puede ser grafico, denominativo o mixto.



C-31

Denominativo + Logotipo

6

Ayalivis García

26/11/2009

Desarrollo de la MC

- **3. Reglas de Uso:** Es el conjunto de normas internas que buscan unificar el uso de la MARCA de los productos de que se trate, por parte de los asociados deberá contener:
 - Normas y reglamentos técnicos.
 - Calidad sanitaria
 - Formas de uso de la MC.
 - Mecanismo de control
 - Sanciones



7

Ayalivis García

26/11/2009

Desarrollo de la MC

- **4. Protección de la Marca:** Para el sistema de Propiedad Industrial de la República Dominicana es indispensable el registro ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) de acuerdo a las disposiciones establecida en la Ley 20-00.
 - Solicitud de la Marca y su Clasificación.
 - Copia de los estatutos del gremio.
 - Lista de integrantes.
 - Reglas de uso (2 copias).



8

Ayalivis García

26/11/2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Desarrollo de la MC

- **5. Autorización de uso:** La autorización de uso será dada a favor de aquellos miembros que cumplan con las disposiciones del reglamento de uso de la MARCA (grados de calidad, clasificación).
- Solicitud por escrito.
- Comité técnico realizará las evaluaciones.
- Debe cumplir con las normas técnicas y de calidad que intervienen en los procesos.
- **6. Promoción-Publicidad:** El éxito de la MARCA dependerá de hacerla conocida en conexión con los productos o servicios que ofrece. (misiones de negocios, ferias nacionales e internacionales).
- Posicionar los vegetales de R.D. como producto de élite y de calidad indiscutible.
- MC deberá informar las características específicas de los vegetales y las cualidades organolépticas de estos.

9

Ayalivis García

26/11/2009



PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Desarrollo de MC

- **7. Control y Supervisión:** Deben existir mecanismos de control y supervisión de la MARCA, el colectivo debe tener capacidad de hacer un seguimiento estricto del uso que sus miembros están realizando en el mercado.
- Uso autorizado.
- Certificación de calidad.
- Producción controlada.
- Trazabilidad del producto.

10

Ayalivis García

26/11/2009



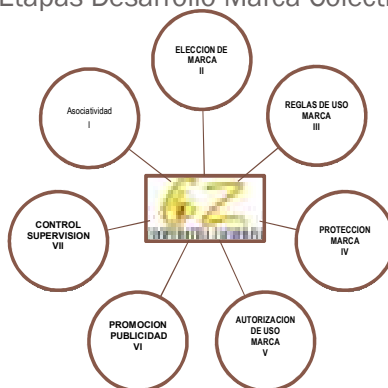
USAID
DEPARTAMENTO DE ESTADO
INICIATIVA DE AYUDA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Consejo
Nacional
de Competitividad

Etapas Desarrollo Marca Colectiva



26/11/2009

Ayalivis García

11



USAID
DEPARTAMENTO DE ESTADO
INICIATIVA DE AYUDA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Consejo
Nacional
de Competitividad

¿Por Qué una Marca Colectiva para Invernaderos ?

1. Un incremento de más de un 1,100 % en la producción de estos rubros, se traduce en un incremento de las exportaciones de RD.
2. Nivel de Asociatividad:
 - Tiempo de formado el clúster y número de asociaciones que lo conforman.
3. Calidad del Producto: guía para los diferentes tipos de clasificación.
 - Aroma, sabor, textura y frescura de los vegetales
4. Lograr mejor posicionamiento como producto de añoranza en los nichos ya establecidos .
5. Pago de un mejor precio por el producto: Comercio Justo + Orgánico+ MC= 25% + de valor agregado.
 - Lograr mayores ingresos para los productores asociados

12

Ayalivis García

26/11/2009



USAID
DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



¿ Qué debe Transmitir una MC?

1. Lo que queremos comunicar al consumidor
 - Procesos de transformación: Manejo post cosecha + Etiquetado + Embalaje.
2. Quienes intervienen en los procesos
 - Producto terminado + Distribución + Consumo

13

Ayalivis García

26/11/2009



USAID
DEL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO DE DIVERSIFICACION
ECONOMICA RURAL



Ventajas Competitivas

- ✓ Aumentan las ventajas competitivas de los pequeños y medianos productores.
- ✓ Acceso a nuevos mercados con protección legal: A través de los tratados comerciales, tales como DR-CAFTA y de Unión Europea, entre otros.
- ✓ Disminución en los costos de operación: Individual Vs. Grupo
- ✓ Desarrollan estrategias conjuntas de publicidad y marketing unidos a otros productos agroindustriales y/o artesanales
- ✓ Incremento de la oferta a los clientes: Aumenta su capacidad de exportación
- ✓ Establecimiento de Normas y Parámetros de Calidad como grupo que garantiza al consumidor que siempre recibirá un mismo producto.
- ✓ Distinción y reconocimiento de la marca: Prestigio local e internacionalmente.

14

Ayalivis García

26/11/2009

• LISTA PARTICIPANTES



Proyecto de "Promoción y Apoyo al Desarrollo de la Competitividad del Sector Agropecuario Dominicano",
Asistencia Técnica y capacitación para el desarrollo o fortalecimiento de marcas colectivas de productos agroindustriales

Fecha 26 de agosto 2009 Lugar: Capentiva Zaparaña, Moca

Nombre	Conjunto Productivo	Correo Electrónico	Teléfono/ Fax
Fran Wiler Benben Reyes Capentiva Zaparaña, Moca	Capentiva Zaparaña	francisco.benben@capentiva.com.do	809-251-4528
Maximo Trujillo	Capentiva Zaparaña		809-223-3043
Josue Trujillo	Capentiva Zaparaña		809-881-8504
Nivaldo Escoto	Capentiva Zaparaña		809-902-0552
Fernando Jimenez	Capentiva Zaparaña		809-617-1751
Juan Ignacio Jimenez	Capentiva Zaparaña		809-910-2120
Adolfo Pina	Capentiva Zaparaña		809-841-0108
Rafael Peña	Capentiva Zaparaña	Rafaelm@HOTMAIL.COM	809-226-7145
Rafael F. Toranzo	Capentiva Zaparaña		809-902-5288
Santiago Roldán	Capentiva Zaparaña		809-575-7855
Juan Pablo Robles	Capentiva Zaparaña		809-276-0831
Gregorio Jimenez (Exo)	Capentiva Zaparaña		809-256-5817
Diego Pina	Capentiva Zaparaña		809-223-2820
Josue Jimenez	Capentiva Zaparaña		809-545-3281
Juan Angel Jimenez	Capentiva Zaparaña		809-583-224



Fecha 05/08/09 Lugar: Coop. Supermercado, Maza

[illegible]

89

MODELO REGLAMENTO DE USO MARCA COLECTIVA

COOPERATIVA ZAFARRAYA C-31⁶

DISPOSICIONES GENERALES

Primero: El presente Reglamento contiene normas que deberán cumplir los miembros de la [Cooperativa] para el uso y administración de la Marca Colectiva **COOPERATIVA ZAFARRAYA C-31** y su diseño característico.

Segundo: **COOPERATIVA ZAFARRAYA** será otorgada exclusivamente en uso por la [Cooperativa], a favor de cualquiera de sus miembros que si lo soliciten y siempre que cumpla con las condiciones establecidas en el presente **REGLAMENTO**.

Tercero: Durante la fase de examen previo al otorgamiento para el uso de la MARCA COLECTIVA, COOPERATIVA ZAFARRAYA el miembro solicitante deberá facilitar a los técnicos o personas designadas por la Cooperativa el acceso a los invernaderos y demás instalaciones para que realicen los estudios y supervisiones que hubiere lugar.

Cuarto: El miembro de la [Cooperativa] que haya obtenido la autorización de uso correspondiente, tendrá el derecho de usar la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA para distinguir sus productos, y a mencionar en su propaganda o publicidad el hecho de que sus productos ostenten la MARCA COLECTIVA.

⁶ C-31 productos agrícolas.

II. LA MARCA COLECTIVA

Quinto: La **MARCA COLECTIVA** COOPERATIVA ZAFARRAYA es un signo de propiedad de la [Cooperativa] y está constituido por:



Sexto: El uso que den a la MARCA COLECTIVA, por parte de los miembros autorizados certifica y garantiza que los productos que son distinguidos por la **MARCA COLECTIVA, COOPERATIVA ZAFARRAYA** cumplen con las especificaciones establecidas en las normas técnicas vigentes para:

AJI MORRON, (descripción del producto).

PEPINO (descripción).

TOMATE (descripción)

Así como las condiciones dispuestas por el presente reglamento.

Procedimiento Para Obtener La Autorización de Uso

Séptimo: el miembro interesado solicitará por escrito a la Directiva de la [Cooperativa] autorización de uso de la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA.

Octavo: recibirá la solicitud el Presidente de la [Cooperativa] conformará un equipo técnico quien procederá a realizar una evaluación del producto, a efectos de determinar si el mismo cumple con las especificaciones dispuestas en el presente REGLAMENTO.

- Especificar las normas técnicas que aplican a los VEGETALES BAJO AMBIENTE CONTROLADO (Método de irrigación, sistema de fertilización, Método de control de melaza, método de control de insectos, métodos de recolección, normas fitosanitarias, post-cosecha).

Noveno: El miembro deberá facilitar el acceso a los invernaderos según el caso para los estudios de evaluación técnica y sufragar los gastos de la misma.

Decimo: si el resultado de la evaluación del sistema de control de calidad y demás factores que inciden en la calidad de los VEGETALES PRODUCIDOS BAJO AMBIENTE CONTROLADO es favorable, según el informe emitido por el Comité Técnico se autoriza el uso de la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA, dejándose constancia de ello en el acta de sesiones.

Décimo primero: de no ser satisfactorio el resultado de la evaluación, el Presidente de la [Cooperativa] comunicará por escrito tal hecho al solicitante, quien tendrá un plazo máximo de _____ días para subsanar las observaciones.

Décimo segundo: vencido el plazo el presidente de la [Cooperativa] dispondrá dentro del término de__ días y de común acuerdo con el miembro solicitante, la realización de una nueva inspección de evaluación.

Si la inspección de evaluación es favorable, se concederá la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA. Si la inspección es desfavorable, la solicitud quedará sin efecto.

Usos de la Marca Colectiva

Decimo Tercero: El miembro de la [Cooperativa] que haya sido autorizado a usar la MARCA COLECTIVA se obliga a mantenerla y a prestigiarla, quedando obligado a aplicar la MARCA COLECTIVA, bajo las siguientes condiciones:

Formas:

- *ubicación,*
- *tamaño,*
- *colores,*
- *variaciones autorizadas.*

Lugares:

- *papelería y comunicaciones,*
- *encartes promocionales,*
- *publicidad:*
 - *medios de comunicación especializado,*
 - *medios de comunicaciones en general*
 - *internet*
 - *merchandising*
 - *rótulos o letreros de establecimientos*
 - *uniformes del personal*

Decimo cuarto: En los casos en que el socio decida hacer uso en forma conjunta la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA, con su marca individual, será necesario que esta última se encuentre debidamente registrada ante la ONAPI; y su uso deberá cumplir con las siguientes

especificaciones: (detallar la forma en que debe aparecer en la etiqueta o envase la MARCA COLECTIVA y la Marca Individual).

- Ubicación
- Tamaño
- Variaciones autorizadas.

Decimo quinto: el miembro autorizado será responsable de que la producción destinada al mercado y que son distinguidos por la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA cumpla permanentemente con los criterios, especificaciones y condiciones establecidas en el presente REGLAMENTO.

Inspección Y/O Verificación De Las Condiciones De Uso

Decimo sexto: la [Cooperativa] por intermedio de su Comité de Técnico realizará verificaciones periódicas, respecto de las condiciones de los productos que se vienen brindando y que son distinguidos con la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA incluyendo el uso de la misma.

Décimo séptimo: el miembro autorizado deberá prestar las facilidades necesarias para las inspecciones que puedan realizarse en los invernaderos y que así lo haya dispuesto el Comité (se podrá prever un mecanismo de inspección con notificaciones previas).

Infracciones y Sanciones

Décimo octavo: la MARCA COLECTIVA COOPERATIVA ZAFARRAYA es de interés de todos sus miembros, por lo que la [Cooperativa] velará por su prestigio y buen uso; constituyendo infracción toda acción u omisión que importe violación de los artículos del presente Reglamento y demás normas de la materia.

Décimo noveno: la infracción será verificada y calificada por el Comité Disciplinario de la [Cooperativa] quien determinará la sanción correspondiente.

Vigésimo: constituyen infracciones:

1. El incumplimiento de lo establecido en especificaciones técnicas, según las cuales se ha autorizado el uso de la MARCA COLECTIVA.
2. Negarse a prestar las facilidades necesarias para una adecuada supervisión y control de uso de la MARCA COLECTIVA...
3. La publicidad referida al uso de la MARCA COLECTIVA., que pueda llevar a engaño al público.
4. El uso de la MARCA COLECTIVA sin la debida autorización.
5. Infringir las normas de Propiedad Industrial, competencia desleal, Publicidad, Protección al Consumidor, y demás pertinentes.

Vigésimo primero: las infracciones, sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar serán sancionadas con:

1. Suspensión temporal de la MARCA COLECTIVA.
2. Cancelación de la autorización de uso de la MARCA COLECTIVA.
3. Multa.

Vigésimo segundo: En los casos de Sanción el miembro quedará impedido de usar la MARCA COLECTIVA e incluso se obliga a retirar del mercado los productos que se encuentren marcados con la MARCA COLECTIVA.

El incumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo, constituye una infracción sancionada por las normas de Propiedad Industrial y Competencia Desleal, sin perjuicio de que el miembro pueda ser separado de la [Cooperativa] conforme a las disposiciones de su estatuto social.

Vigésimo tercero: La protección de la MARCA COLECTIVA frente a las infracciones por parte de terceros en el mercado será de responsabilidad de la [Cooperativa] quien tendrá a su cargo la facultad de, a través de la División Jurídica de iniciar las acciones correspondientes.

Otras Disposiciones

Vigésimo cuarto: Las cuestiones no contempladas en el presente Reglamento, así como las cuestiones de interpretación que surjan de su aplicación serán resueltas por la [Cooperativa] de conformidad con su estatuto social.