

## Biodiversidad



# Marcas colectivas y de certificación

## Esquema de promoción y protección de productos agropecuarios

Enriqueta Molina Macías, Asociada en Santamarina y Steta, S.C. y Presidenta del Comité Coordinador para la Implementación de la Estrategia Mexicana para la Conservación Vegetal.

**A** cada uno de nosotros nos identifican por nuestro nombre; con el tiempo vamos desarrollando un prestigio que nos acompaña y que se asocia a nuestro nombre. Ese símbolo de identidad y reputación es lo que también debemos buscar en nuestros productos, a través del registro de un "signo distintivo", reconocido legalmente como "marca", la cual nos permite identificar y distinguir nuestro producto e otros similares, y que pueda ir adquiriendo identidad, estimación o lealtad por parte del consumidor.

Un caso particular es cuando tenemos un producto que queremos identificar no en forma individual, sino de una colectividad, como puede ser una asociación de productores, en los que tenemos productos con características y calidad que resultan comunes.

Este tipo especial de marcas pueden ofrecer una alternativa de alto valor para competir con productos que pueden provenir de procesos intensivos o industriales, y también para concentrar esfuerzos que permitan posicionar un producto.

La Ley de la Propiedad Industrial prevé la figura de "marca colectiva", que se refiere a aquellas que pueden ser utilizadas por una asociación de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o en su caso, de prestadores de servicios.

La particularidad de las marcas colectivas, es que su titular es la propia asociación, la cual debe garantizar que sus miembros, que son los únicos autorizados a utilizarla, cumplan con ciertas condiciones, establecidas en un documento denominado Reglas de Uso.

Puesto que el titular es la Asociación, la marca colectiva no puede ser transmitida a terceros, ya que su uso está reservado a sus miembros. Habitualmente este tipo de marcas colectivas están asociadas a productos que tienen un origen común, formas de fabricación, características de calidad, o cualquier peculiaridad que permite identificar y distinguir estos productos en particular.



Las Marcas Colectivas son una forma de dar a conocer productos, y también son un instrumento para favorecer la organización y cooperación entre productores; pueden constituir un valor agregado al representar un cierto origen, con vinculación a la tradición, cultura o significados locales, lo cual puede favorecer la identidad y el comercio de un producto o servicio, en beneficio de los miembros usuarios de la marca colectiva.

Este tipo de marcas favorece especialmente a pequeños productores, que al organizarse pueden beneficiarse de un sistema común, de una gestión colectiva. Algunos ejemplos de este tipo de Marcas Colectivas son las artesanías de Cobre martillado de Santa Clara del Cobre (Michoacán) o Tenangos Bordados de Hidalgo (Tenango de Doria, Hidalgo). En el caso de productos agroalimentarios, están los chiles secos Zachilos (Zacatecas); Queso Cotija (Cotija, Michoacán); Pan Grande de Acámbaro (Guanajuato).

### Marcas de Certificación

Las Reformas a la Ley de la Propiedad Industrial (mayo de 2018, entraron en vigor el 10 de agosto de 2018) incluyeron la figura de "Marcas de Certificación", que tiene la particularidad de que las características o cualidades del producto o servicio identificado por la "Marca", son certificadas por su titular.

Es así que puede certificarse la composición de un producto, su origen, su calidad, sus condiciones de elaboración, el proceso bajo el cual ha sido elaborado, o tratándose de servicios, las características que debe cumplir el servicio prestado.

A diferencia de la marca colectiva, en el caso de la marca de

certificación, el solicitante debe ser una instancia que no desarrolle la actividad vinculada, es decir, que no sea productor o proveedor de los productos o servicios que certificará. Y serán los usuarios autorizados los que podrán utilizar la marca de certificación.

En algunos casos, habrá Normas Mexicanas o Normas Oficiales Mexicanas que podrían ser verificadas a través de este esquema; por lo que también pueden ser un instrumento complementario a las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas.

Este es el caso del Consejo Regulador del Tequila, o del Consejo Certificador del Sotol, instancias que han solicitado marcas de certificación respecto a servicios de verificación y control de calidad para obtener un sello de garantía de que cumplen con las normas oficiales mexicanas aplicables.

**De las Reglas de Uso**

Las Reglas de Uso deben contener las características y condiciones que deben cumplirse en el producto o servicio que será identificado con la Marca Colectiva o de Certificación, así como los mecanismos de control y verificación del cumplimiento de las mismas.

Las Reglas de Uso son definidas y vigiladas por los propios miembros, por lo que constituyen una autorregulación para ofrecer productos que el consumidor pueda identificar y reconocer claramente por sus características y calidad.

En las Reglas de Uso, junto con la forma de identificación o representación de la propia marca, en forma similar a cualquier signo distintivo (denominación y en su caso elementos figurativos), deben señalarse los productos o servicios que comprende la marca colectiva; sus características o cualidades comunes; los procesos de elaboración, producción, empaque, embalaje o envasado, así como los mecanismos de control y verificación del uso de la marca, para asegurar el cumplimiento de las propias Reglas de Uso, previniendo

las sanciones que se aplicarán en caso de que no se cumpla con sus disposiciones.

En el caso de las marcas de certificación, se deben detallar las especificaciones que el propio solicitante establezca deben cumplirse, las cuales deben incluir los componentes o materias primas, la forma de producción, las características del producto, o toda aquella cualidad que le confiera identidad al producto. Deben incluirse también los mecanismos y etapas en las que se verificarán dichas especificaciones, así como las sanciones en caso de incumplimiento. Tanto las marcas colectivas como las marcas de certificación pueden ser utilizadas junto con la marca propia del productor o fabricante específico, ya que se trata de una garantía adicional de haber cumplido con las especificaciones que estas marcas establecen y exigen para su uso.

**MILPAIZ, la construcción de una marca colectiva**

*Integración de la asociación civil*

En 2017 se iniciaron trabajos auspiciados por el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT) para la constitución de una marca colectiva, con el objetivo de distinguir maíz nativo producido por pequeños productores, en regiones reconocidas como centros de origen y diversidad, con características de calidad consistentes.

Se realizó un taller con más de 65 participantes de 30 instancias: productores, investigadores, chefs, organizaciones no gubernamentales y representantes de diversas dependencias, tales como la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, y de la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).

En dicho taller se prepararon diversas mesas de trabajo, con el fin de proponer el mecanismo de organización que permitiera cumplir con

Santamarina  
+ Steta

Más de **70 años** asesorando e implementando proyectos legales en México.



**Profesionales especializados en el Sector Agroalimentario**

Derechos de Obtentor • Marcas • Indicaciones Geográficas • Denominaciones de Origen  
Patentes • Marcas de Certificación • Marcas Colectivas • entre otros

José Pablo Pérez Zea | jperez@s-s.mx

s-s.mx

CDMX | +52 55 5279 5400

MONTERREY | +52 81 8133 6000

QUERÉTARO | +52 442 290 0290



el objetivo de promoción de maíces nativos producidos bajo el sistema milpa. Es así que en junio de 2017 se constituyó la asociación civil "ProMaíz Nativo", actualmente integrada por las **Asociaciones de Productores**: Marku Anchekoren ("Trabajando unidos" en purépecha), Yutu cuii ("árbol verde" en Mixteco), Xhub Guldán Zegache ("Maíz Nacido en Zegache" en Zapoteco); diversos **Especialistas en Maíces Nativos**: Flavio Aragón Cuevas (investigador, Instituto Nacional de Investigaciones Forestales y Pecuario, [INIFAP], Oaxaca); Noel O. Gómez Montiel (investigador, INIFAP, Guerrero); Fernando Castillo González (Profesor Investigador, Colegio de Postgraduados); Juan Manuel Hernández Casillas (investigador, INIFAP); Rafael Ortega Paczka (Profesor-Investigador, Universidad Autónoma Chapingo [UACH]; Humberto Castro García (Profesor-Investigador, UACH, Oaxaca); Víctor Antonio Vidal Martínez, investigador, INIFAP, Nayarit); **Etnobotánicos**: Robert Bye (investigador, Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]; Edelmira Linares Mazari (académica, UNAM); Hugo Perales Rivera (investigador, El Colegio de la Frontera Sur); **Socioeconomistas**: Michelle E. Chauvet Sánchez Prunedá (Profesora-Investigadora, Universidad Autónoma Metropolitana); Gerardo Torres Salcido (académico, UNAM); **Ciencias de la Alimentación y Nutrición**: Amanda Gálvez Mariscal (académico, UNAM); **Mercadotecnia y promoción para el acercamiento a mercados**: Adriana Aguerrebere Bustos (NGO Impacto), Amado Ramírez Leyva (Itanoni); G. Alejandro Borja Márquez (Servicios y Soluciones para Exposiciones y Eventos, Expo Restaurantes); y **Promotores de Cooperativas y Asociaciones de Productores**: Fernando Cajeme Bojórquez Cardoso (Marku Anchekoren); Heladio Reyes Cruz (Ecosta Yutu Cuii); Lorenzo Nigo García (consultor experto en producción orgánica).

"La reciente aprobación por parte del IMPI sobre la Marca Colectiva Milpaiz®, es un avance significativo en la protección de productos de identidad nacional, que tiene como base el rescate, conservación, aprovechamiento y comercialización de maíces nativos, así como de otros productos que se obtienen en la milpa, como calabaza, frijol, quelites y tomates; en beneficio de los pequeños productores y tiene como titular a la Asociación sin fines de lucro ProMaíz Nativo", señaló a AM la **Ing. Enriqueta Molina Macías**, especialista en temas agropecuarios y de propiedad intelectual de Santamarina y Steta, el pasado 14 de junio en la Ciudad de México, durante la presentación oficial de la Asociación Civil, ProMaíz Nativo. En el evento también estuvieron presentes el **MC. Flavio Aragón Cuevas**, Investigador en Recursos Genéticos del INIFAP –miembro de ProMaíz Nativo–, y la **Dra. Martha Willcox**, Maize Landrace Improvement and Quality Trait Phenotyping Coordinator del CIMMYT –impulsora de esta iniciativa–, entre otras personalidades.

"El objetivo, es dar a conocer y promover las variedades de nuestros maíces nativos, nuestro país tiene una gran diversidad –más de 59 razas distintas– y la meta es aprovechar esa riqueza, el uso y el conocimiento que se tiene en favor de los pequeños agricultores, ya que ellos han sido los preservadores y generadores de las variedades con la que cuenta nuestro país hasta la actualidad", indicó Aragón Cuevas.

Afortunadamente –informó Willcox–, estos productos ya se están exportando a la Unión Americana, así como a la Unión Europea, todo esto en base a un gran interés culinario que se tiene por la Cocina Auténtica Mexicana, que es muy solicitada a nivel global. "En 2014 se inició con entre 10 a 30 toneladas de maíces nativos, y ahora se están enviando 1,000 toneladas anualmente", precisó Willcox.

Esta Asociación Civil, organización sin fines de lucro, tiene como propósito impulsar acciones para la investigación, conservación y potenciación del maíz nativo y de los cultivos asociados a la milpa, con una visión en tres ejes centrales: la conservación de la agrobiodiversidad; el desarrollo y bienestar del productor, su familia y comunidad; y el enfoque hacia el consumidor, para promover y apreciar el consumo de los maíces nativos por su valor social y alimenticio.

Para realizar estas actividades, se han integrado diversos Comités: Desarrollo de Capacidades (fortalecer organización de productores); Autenticación (identificación y validación de maíces nativos); Vinculación (gestión de proyectos y comunicación); Investigación y Desarrollo (innovación, investigación y transferencia tecnológica); Producción (programas de producción de maíz nativo y productos de la milpa); Gestión de Alianzas (promoción de mercados); y un Comité Asesor (evaluación, planeación y mejora).

*Una imagen que represente valores*

La definición del nombre e imagen de identidad de la Marca Colectiva fue resultado de un amplio proceso iniciado en el taller de 2017, en el que se aportaron ideas de los valores que se buscaba representar en el nombre y diseño de la marca colectiva. El diseño incluye la silueta de las manos que representan la mano humana, indispensable para la conservación del maíz, y que por miles de años lo han seleccionado, labor que siguen realizando manteniendo su evolución; unas hojas de color verde, representando

los cultivos asociados al maíz, como los quelites. Y una mazorca en color rojo, que representa singularidad y protección. El color rojo se encuentra exclusivamente en el maíz nativo, y tiene un significado especial en las culturas tradicionales, siendo utilizado en ceremonias religiosas.

**Objetivo de la Marca Colectiva**

El maíz blanco o amarillo está sujeto a procesos de normalización y de precios al ser considerados genéricos o *commodities*, es decir, sin diferenciación-. Considerando la amplia diversidad de maíces en formas, texturas y colores (tonalidades de blanco, amarillo, naranja, rojo, azul, morado, café, negro y variegado, entre otros), su valor debe ser diferenciado, al tener cualidades culinarias y nutricionales.

En tiempos recientes parecen haberse redescubierto los valores de estos maíces nativos, despertando interés en la gastronomía de alto nivel, lo cual debería reflejarse en el precio pagado al productor.

Este es parte del propósito de la Marca Colectiva, al darle garantía al comprador de estar adquiriendo maíz nativo, pero además reconociendo el valor cultural, histórico y de preservación de la agrobiodiversidad que representan estos maíces y los productos de la milpa, contribuyendo a mejorar el nivel de vida de los agricultores.

El objetivo de la Marca Colectiva MILPAIZ es identificar que se trata de maíz nativo (o un producto asociado a la milpa), producido por pequeños productores, en forma tradicional, respetando sus valores culturales, en una región reconocida como centro de origen y diversidad, con características y calidad que el consumidor pueda reconocer.

Para ello ProMaíz Nativo cuenta con mecanismos establecidos en las Reglas de Uso para garantizar que el producto de maíz y/o cultivo asociado a la milpa que será etiquetado bajo la Marca Colectiva MILPAIZ, corresponde a productos nativos que históricamente provienen de la región y han sido conservados y seleccionados por sus habitantes.

La Marca Colectiva MILPAIZ ha sido registrada ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, lo cual le confiere el derecho a la asociación civil ProMaíz Nativo a su utilización exclusiva, cumpliendo con los términos de las reglas de uso, e impidiendo a terceros el uso no autorizado de la marca.

*No es el fin de la historia*

La obtención de la marca colectiva es resultado de un proceso de organización y esfuerzo conjunto, pero en realidad es el primer paso hacia el cumplimiento de los propósitos planteados por la asociación civil ProMaíz Nativo.

Si bien hay una amplia experiencia que respalda este esfuerzo, habrá que trabajar en el posicionamiento de la Marca Colectiva, para que el consumidor identifique lo que hay *detrás* de la marca colectiva MILPAIZ, es decir, que tenga la garantía de la calidad del producto, y también de la contribución que realiza al adquirirlo para la conservación y uso sustentable de los productos de la milpa.

El éxito de una marca (de cualquier índole) se alcanza cuando se establece un vínculo entre ésta y el consumidor, de tal forma que se logra su lealtad, al buscar y preferir este producto y no otro. Y eso se logra, como decíamos al inicio, desarrollando el prestigio y los valores que acompañarán a la marca.

Se tienen grandes retos para la marca colectiva MILPAIZ, por el interés que ha despertado en distintas regiones del país, para la aplicación de todas las especies de la milpa, para definir estrategias que permitan el equilibrio entre la sostenibilidad local y la atención de los nuevos nichos de mercado, y eventualmente, para dar un paso más hacia la transformación de la marca colectiva, en una marca de certificación, dada las oportunidades que ofrecen las reformas a la Ley de la Propiedad Industrial. Así que sin duda esta marca colectiva dará más de qué hablar en el futuro.



**Sembrando tus sueños. Cosechando el futuro**

**NUESTRA COBERTURA**

Matriz Av. Juárez Ote 21-A Col. Centro. C.P. 43900  
Apan, Hgo. Tel: (01-748) 91.222.50

☎ Cel. 775-128-99-88

📍 # AgroLazc

Mixquiahuala Av. Vicente guerrero #36 Col. Centro,  
Mixquiahuala, Hgo. Tel: (01-738) 735.3006

Perote Av. Alejandro Humbolt #23 Col. Centro,  
Perote, Veracruz. Tel/Fax: (01-282) 82.50.500

Tlaxcoapan Av.16 De Septiembre Col.Poblado,  
Tlaxcoapan, Hgo. Tel/Fax: (01-778) 737.1382

Progreso Av.Tito Estrada No.62 Ote Col.Centro,  
Progreso de Obregon, Hgo. Tel/Fax: (01-738) 735.7766

Cuatla Jacarandas #2, Fracc. Las Brisas Col.Brisas,  
Cuatla, Morelos. Tel/Fax: (01-735) 3015.983

**PRODUCTOS Y SERVICIOS**

