

Las marcas en América Latina: estudio del impacto económico en cinco países de la región – Los casos de Chile, Colombia, México, Panamá y Perú.

NOTA DE PRENSA

Actividades que usan marcas aportan el 15% del PBI y generan 18,5 millones de puestos de trabajo en cinco países de América Latina, revela estudio

En el Perú, las actividades económicas con uso intenso de marcas pagan sueldos hasta 25% más altos.

Un reciente estudio elaborado por la Asociación Internacional de Marcas (INTA por sus siglas en inglés) y la Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual (ASIFI), revela que las actividades económicas de cinco países latinoamericanos en las que hay un uso intensivo de marcas generan 18,5 millones de puestos de trabajo y, en promedio, aportan el 15% del Producto Bruto Interno, el 15% de las exportaciones y el 26% de las importaciones.

La investigación denominada **“Las marcas en América Latina. Estudio del impacto económico en cinco países de la región (Chile, Colombia, México, Panamá y Perú)”**, realizada a solicitud de la Dirección de Signos Distintivos del Indecopi y de las oficinas de propiedad intelectual de los citados países, brinda un panorama sobre la incidencia del uso de marcas en variables como empleo, salario, actividad económica exportaciones e importaciones.

“Dar cumplimiento a la protección de marcas en los países en desarrollo tiene un impacto positivo porque, entre otras cosas, fortalece la promoción de exportaciones y la participación de esos países en cadenas de valor globales a la vez que promueve la transferencia de tecnología y know-how”, refiere el documento.

Impacto en el Perú

En el Perú, las actividades económicas en las que el uso de marcas es más intenso, pagan sueldos hasta 25% más altos que aquellos con menor intensidad de uso. Esto obedece a que las primeras son más productivas.

Solo en 2014, el Perú contabilizó 25, 864 registros de marca, ubicándose en el puesto 41 (de 123 países) en el ranking mundial de solicitudes de marcas.

El informe señala también que en el Perú hay 15 actividades económicas que muestran un uso intensivo de marcas. Cinco de ellas (detergentes, productos farmacéuticos, equipos científicos, servicios empresariales y servicios científicos y tecnológicos) coinciden con las clases de registro más frecuente a nivel internacional.



Estas 15 actividades tienen una participación de 8% sobre el empleo y una de 10% en el valor agregado por producto. En cuanto al comercio internacional peruano, representan el 5% de las exportaciones y el 21% de las importaciones.

En el Perú además, las actividades económicas que hacen uso intensivo de marcas son productos químicos, detergentes, farmacéuticos, bienes de uso manual, equipos científicos, equipos quirúrgicos, armas de fuego, metales preciosos, papelería, alfombras y juguetería. En cuanto a servicios el uso intensivo de las marcas se da en los servicios empresariales, servicios financieros y seguros, tratamiento de materiales y servicios científicos y tecnológicos.

Ray Meloni, director de Signos Distintivos del Indecopi, indicó que este estudio “es una línea base, un referente para reforzar la promoción del uso de marcas con el objetivo de elevar la competitividad del país, principalmente en los sectores productivos, que en mayor porcentaje se concentra en los microempresarios”.

“En nombre del INTA, quiero dar las gracias a ASIFI por colaborar con nosotros en este importante trabajo. Estudios similares realizados en la Unión Europea y Estados Unidos demuestran el potencial económico que posee la propiedad intelectual y cómo el hecho de contar con sistemas efectivos y eficientes para registrar y reforzar las marcas puede contribuir significativamente a la actividad económica, el empleo y el comercio”, afirmó el CEO de INTA, Etienne Sanz de Acedo. “En general, estamos satisfechos con los resultados del estudio de América Latina, que subrayan el enorme potencial de crecimiento económico que se puede desbloquear mediante la promoción de marcas dentro de las comunidades empresariales, y mediante el desarrollo de los sistemas nacionales de marcas y las industrias intensivas de marcas”, agregó.

“Para ASIFI ha sido una gran experiencia trabajar de la mano de INTA en este estudio y extendiendo mi agradecimiento a todos aquellos que estuvieron involucrados para lograr este ambicioso proyecto. Desde siempre, hemos respaldado la noción de que la propiedad intelectual es uno de los pilares sobre los que descansa el progreso económico en nuestros países, y espero que este proyecto contribuya a materializar dicha realidad. Este es el primer estudio latinoamericano que demuestra en detalle y especialidad, la incidencia positiva de las marcas en la calidad de vida de los ciudadanos. Los resultados dan cuenta de cómo a través del fortalecimiento de los sistemas de marcas, del incentivo gubernamental a los inventores e industrias intensivas de marcas, cinco países latinoamericanos con economías reconocidas a nivel mundial, han logrado un firme desarrollo socioeconómico. Confío plenamente en que este estudio será pilar para crear conciencia de la importancia de las marcas en el bienestar económico de las naciones, y para promover una cultura de incentivo a la innovación y respeto a la propiedad intelectual”, dijo la presidente de ASIFI, María del Pilar Troncoso.



Acerca de las organizaciones

ASIFI es una organización mundial cuyo común denominador es practicar y defender los derechos de propiedad intelectual. Es una organización sin fines de lucro fundada en 1964, cuyo objetivo principal es promover en los países americanos el desarrollo y armonización de las leyes, reglamentos y procedimientos relacionados con la propiedad industrial e intelectual, comprendidos en su sentido amplio, que se refieren a la industria, Comercio, servicios, agricultura, ganadería y aquellos que en el futuro también pueden ser considerados como propiedad industrial o intelectual. Para obtener más información sobre ASIFI, visite www.asipi.org.

Asociación Internacional de Marcas (INTA) es una organización global de 6.600 propietarios de marcas y profesionales de más de 190 países. Asociación sin ánimo de lucro dedicada a apoyar y promover las marcas y la propiedad intelectual relacionada como elementos de comercio justo y efectivo. La Asociación fue fundada en 1878 y hoy INTA lidera la investigación global de marcas, desarrollo de políticas, educación y capacitación. Más detalles sobre INTA y sus funciones están disponibles en www.inta.org.

Indecopi tiene como funciones la promoción del mercado y la protección de los derechos de los consumidores. Además, fomenta en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual: desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y la biotecnología. Para mayor información visite www.indecopi.gob.pe

Lima, 15 de diciembre de 2016