

El Indecopi presenta publicación electrónica especializada acerca de las “Experiencias de Marca País y su Protección Legal”

- ✓ **Documento reúne exposiciones de autoridades de la CAN y de la OMPI para proponer una nueva herramienta normativa que permita proteger la ‘marca país’ en los países andinos.**

El Indecopi presenta la publicación electrónica sobre “Experiencias de Marca País y su Protección Legal”. Esta reúne las exposiciones de los países miembros de la Comunidad Andina (CAN) y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), durante el simposio subregional realizado en Lima, el 14 y 15 de mayo pasado, cuyo objetivo fue proponer la adopción de un sistema de protección idóneo para las ‘marca país’.

Se trata de un documento electrónico, de diseño amigable y fácil descarga, alojado en la página web de la institución www.indecopi.gob.pe que transcribe las presentaciones de los funcionarios de las instituciones involucradas en la gestión de las ‘marca país’ de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, así como sus autoridades de propiedad industrial, representantes de la OMPI y agentes del sector privado.

La presentación, a cargo del Presidente del Consejo Directivo del Indecopi, Ivo Gagliuffi Piercechi, destaca el propósito de contar con elementos de juicio suficientes para diseñar las herramientas de protección más eficaces que los Estados requieren para el mejor posicionamiento y promoción de este gran activo que es la imagen de los pueblos.

La publicación se divide en dos temas. El primero, acerca del ‘Concepto de marca país y experiencias’ que incluye las exposiciones de la Consejera de la Oficina para América Latina y el Caribe de la OMPI, Marta Fernández, acerca de ¿Qué se entiende por marca país? y del Coordinador de Integración Económica del Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador, Javier Latorre, sobre ‘Variantes de la marca país Ecuador’.

Además, se encuentran las disertaciones del Director General de Asuntos Jurídicos del Ministerio de Comunicación del Estado Plurinacional de Bolivia, Fernando Ávila, sobre la ‘Marca Bolivia’; del Gerente Marca País, Procolombia, José Pablo Arango, acerca de la Marca Colombia y de la Coordinadora de Gestión de Marca Perú (Promperú), Carmen Julia García Torres, respecto de la Marca Perú.

El segundo tema se refiere a la ‘Marca país y su protección legal’. Al respecto, el ‘Análisis del régimen internacional de la marca país’ es abordado por el Director Principal del Departamento de Marcas, Diseños e Indicaciones Geográficas de la OMPI, David Muls, y por la Funcionaria internacional de Propiedad Intelectual en la Secretaría General de la CAN, Deyanira Camacho.

Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016



Mientras que el ‘Análisis del régimen de marca país desde la visión privada’ es tratado por el representante de la Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual, ASIPI, Juli Gutiérrez Zanelli; por el Socio del Estudio Díez Canseco – Competencia & PI, Luis Díez Canseco Núñez, y el consultor en Propiedad Intelectual, Octavio Espinosa.

La publicación incluye también la mesa redonda ‘Beneficios y desafíos de la protección de la marca país’ que contó con el Presidente de la Asociación de Propiedad Industrial y Derecho de Autor – APPI, Jorge Allende, como moderador; además de la participación de la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC, de Colombia, Mónica Andrea Ramírez Hinestroza; del Director Nacional de Propiedad Industrial del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, Senadi de Ecuador, Andrés Tinajero, y del Subdirector de Signos Distintivos del Indecopi, Sergio Chuez.

Finalmente, se presentan las conclusiones sobre los desafíos y mecanismos de protección de las marcas país.

Cabe precisar que una ‘marca país’ es un signo adoptado y empleado por cada país miembro para promover su imagen dentro y fuera de su territorio, y para promocionar, entre otros, el turismo, cultura, gastronomía, las exportaciones o las inversiones de ese país.

En el mundo, los países compiten por ser reconocidos en los circuitos comerciales internacionales a fin de posicionar su prestigio y valores nacionales, favoreciendo la apertura de nuevos mercados y fomentando el turismo receptivo. Los países miembros de la CAN no escapan a ello, habiendo diseñado marcas que, dentro de sus estrategias y políticas públicas, buscan aprovechar tanto en el ámbito nacional como internacional, la imagen positiva que han ido construyendo en el transcurso de los años.

En el caso peruano, el año 2011 fue lanzada la ‘Marca Perú’, a fin de atraer inversiones, promover el turismo y facilitar las exportaciones.

Lima, 11 de noviembre de 2018

Misión del Indecopi

Defender, promover y fortalecer la competencia en los mercados, la creatividad e innovación y el equilibrio en las relaciones de consumo, en favor del bienestar de la ciudadanía, de forma transparente, sólida, predecible y en armonía con la libertad empresarial.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 - 5016

Síguenos: Indecopi



Radió
Indecopi
www.indecopi.gob.pe/radio