



**MARCA
COLECTIVA**



Una estrategia para transitar hacia un aprovechamiento sostenible orientado al mercado

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CAMPESINADO - ONG CIPCA REGIONAL NORTE AMAZÓNICO

Oficina Cobija: Av. Chelio Luna Pizarro Esq. Tarija, Barrio Puerto Alto,
Telf. 03 8434212 Cel. +591 77100223
www.cipca.org.bo

Dirigido por: Armin Escobar Torrez
Edición: Douglas Velásquez Moriset
Revisión: Marco Antonio Albornoz

Basado en los estudios de:

Luis Fernando Arcienega, Dennisse Nacif Gómez, Oscar Vargas Covarrubias.

Escobar Torrez Armin

Marca colectiva de frutos Amazónicos de Pando: Una estrategia para transitar hacia un aprovechamiento sostenible orientado al mercado

Cobija-Bolivia, CIPCA 2023

24 p.; il.; 21x20 cm (Documento de trabajo)

D.L.: 6-2-14477-12

Impreso en “Editorial del Estado Plurinacional de Bolivia”

Calle 3 N°22, entre Av. Panorámica y calle M. Sempértegui, Zona Villa Dolores

ventas@editorialestado.bo

(+591-2) 2184018

El Alto - Bolivia

Este trabajo fue elaborado en el marco
de las acciones de:

Con el apoyo técnico y financiero de:



Schweiz
Suisse
Svizzera
Svizza



OBJETIVOS DEL DOCUMENTO

El presente trabajo busca que los lectores puedan anoticiarse y comprender los avances que se tiene en la región amazónica, en particular el Departamento de Pando, en procura de impulsar sus actividades productivas y comerciales bajo una estrategia de marca colectiva.

Para ello, se comienza con la explicación de conceptos elementales y sustentos que han posibilitado contar con **Origen Amazónico Pando**, la marca colectiva de todos los pandinos.

BASES DE UNA MARCA

Definición.

Se define como la señal o signo que permite identificar o distinguir algo o para dar alguna información. Este signo puede distinguir el origen geográfico, proceso, actividad, cualidad u otra característica inherente al bien o servicio.

Entonces, ¿para qué sirve una Marca Colectiva?

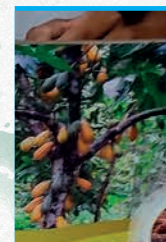
Permiten distinguir características comunes de los bienes o servicios ofrecidos por un grupo de entidades, permitiendo una diferenciación colectiva en el mercado .



¿Qué puede ser registrado como MC y quién puede registrarla?

Una Marca Colectiva puede estar constituida por palabras, dibujos, letras, números, embalajes, objetos, emblemas, elementos figurativos, tridimensionales. Para que una marca colectiva sea efectiva, debe ser clara, fácil de recordar y única. Además, debe transmitir los valores de la organización, comunidad, su entorno, asimismo, los atributos del producto o servicio que se ofrece.

Una vez que los titulares de la marca hayan definido la necesidad de ser representados por una estrategia enmarcada en los esfuerzos colectivos por visibilizar un potencial, la marca colectiva puede ser registrada por organizaciones o agrupaciones de personas, asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, legalmente establecidos, entidades territoriales, otros. En Bolivia la institución pública desconcentrada que está a cargo de estos registro es el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural.



MARCA COLECTIVA:

"Origen Amazónico Pando"

"Origen Amazónico Pando" es una marca colectiva boliviana que representa el rubro de los frutos amazónicos de la región norte de la Amazonía, es una herramienta de la Federación Departamental de Asaíseros y Frutos Amazónicos de Pando - FEDAFAP que aglutina a distintas organizaciones económicas provenientes de los municipios del Departamento de Pando. Busca ser una entidad que habilite a la FEDAFAP para dinamizar el sector y visibilizar el aprovechamiento sostenible de los bosques.





Objetivos de Implementación de la Marca Colectiva “Origen Amazónico Pando”

La implementación de la marca “**Origen Amazónico Pando**” tiene como objetivo generar una sostenibilidad autónoma y autogestionaria para FEDAFAP. Pretende lograr el posicionamiento del rubro en si a través de la marca, abrir nuevos mercados, obtener precios justos para productores y consumidores, estandarizar parámetros de los productos, brindar asistencia técnica, productiva y comercial a los productores. Todos estos logros permitirán mejorar la calidad de vida de las familias involucradas en la cadena productiva, generar empleos en la región, promover una cultura gastronómica con soberanía alimentaria y posibilitarán que la sociedad en general pueda contar con alimentos nutritivos, con estándares de calidad e inocuidad y con un enfoque de conciencia de protección al bosque amazónico.

Políticas de “Origen Amazónico Pando”

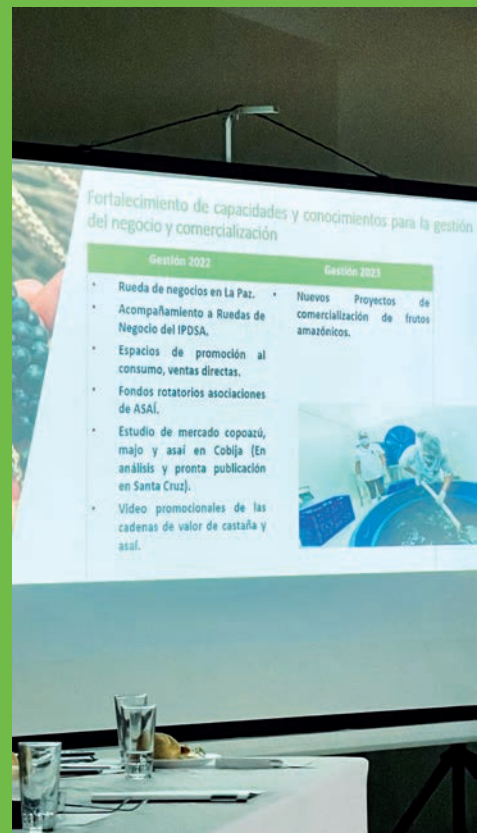
Para lograr estos objetivos y metas, **“Origen Amazónico Pando”** ha establecido varias políticas. Estas incluyen fortalecer las capacidades de los productores, establecer estrategias de comercialización, incrementar la producción y representatividad territorial e incursionar en mercadeo especializado para actuar en las mismas condiciones que la empresa privada.



Ventajas de la Marca Colectiva “Origen Amazónico Pando”

La marca “Origen Amazónico Pando” ofrece muchas ventajas. Los consumidores reconocen su calidad, son conscientes de la garantía que significa su consumo, valoran su procedencia de origen. Además, tiene reconocimiento nacional e internacional, es una buena referencia de financiamiento y genera confianza en los consumidores.

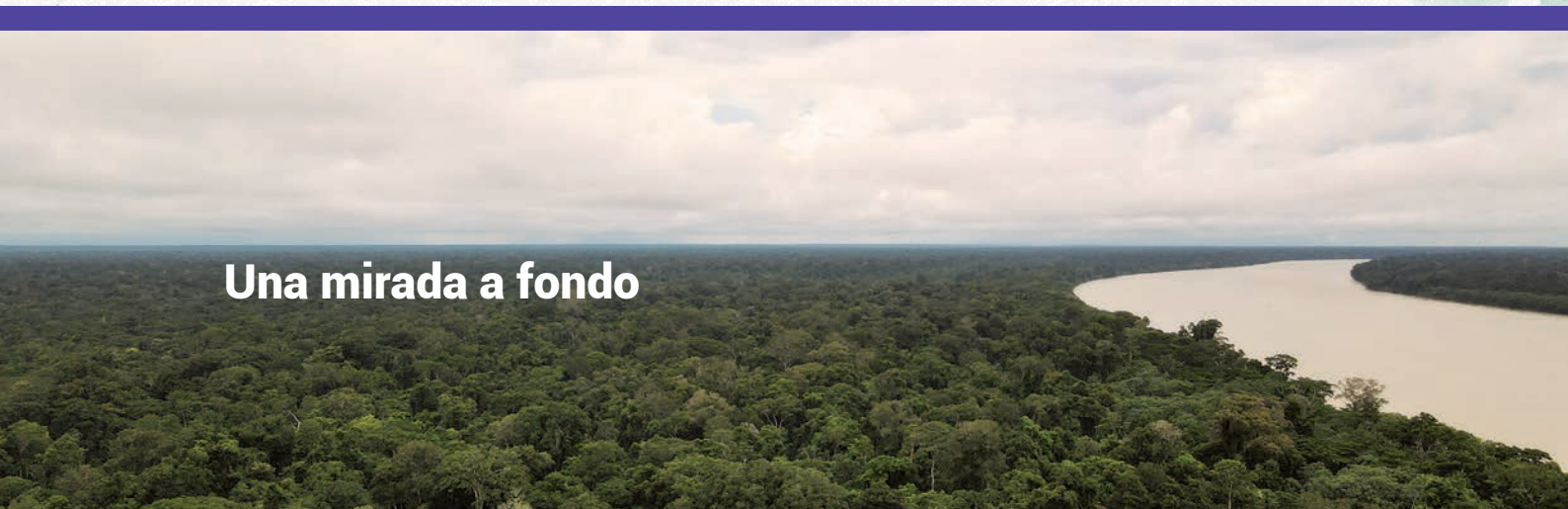






ORIGEN
amazónico
PANDO

Una mirada a fondo



Propuesta de Valor

“Origen Amazónico Pando es una entidad legítimamente reconocida por sus miembros para representarlos en el mercado. Su función es negociar precios, comercializar, promover, contratar servicios y/o productos, así como establecer alianzas en beneficio de todos sus integrantes”.

Visión

“Dinamizar la economía regional a partir de la promoción y comercialización de los frutos amazónicos con calidad a través del manejo sostenible de los recursos provenientes del bosque”.

Misión

“Ser una Federación que brinde servicios especializados en la cadena de valor de frutos amazónicos y, de esta manera, aportar al crecimiento de organizaciones afiliadas a la Marca Colectiva denominada Origen Amazónico Pando”.





ORIGEN
amazónico
PANDO

Objetivos

- Promover estándares de calidad en el acopio, producción, transformación y comercialización de los frutos amazónicos.
- Revalorizar el producto, valores nutritivos, orgánicos e intrínsecos.
- Promover la marca colectiva **“Origen Amazónico Pando”** en ferias y circuitos cortos.
- Abrir nuevos mercados gestando nuevas oportunidades de negocio, mercados alternativos y preferenciales.
- Obtener un precio justo y competitivos.
- Generar confianza en los consumidores
- Generar empleo para los jóvenes y las mujeres.
- Incentivar la cultura gastronómica con soberanía alimentaria.

Metas

- Revalorizar el departamento de Pando como Norte Amazónico productivo y potencial, alentando un desarrollo sostenible.
- Visibilizar a través de la marca todo el trabajo que conlleva ofrecer al mercado productos que ayudan a la recuperación y preservación del bosque.
- Unificar el sector productivo de los frutos Amazónicos de Pando articulándolo con otros sectores e instancias con fin de fortalecer la institucionalidad del rubro
- Incrementar la producción y las ventas para generar impacto positivo en los ingresos de familias campesinas e indígenas.
- Promoción del rubro y lograr mercados seguros y estables
- Lograr más representatividad e impulsar al departamento hacia modelos de desarrollo alternativos.
- Estabilidad de precios de materia prima e insumos directos e indirectos.
- Mas y mejores fuentes de trabajo
- Consolidar la identidad territorial productiva con vocación forestal, orgánica y en transición a la agroecología.





Políticas

- Capacidades fortalecidas en las unidades productivas miembro de FEDAFAP, productos de calidad.
- Consolidación física de FEDAFAP en el Departamento con fines de mejorar la comercialización y su presencia política.
- Estabilidad productiva, comercial y de trabajo.
- Estrategias de comercialización efectivas con una promoción activa de forma masiva y personalizada para la consolidación de los productos.
- Incremento de la producción y crecimiento de la cartera de productos (estrategia horizontal).
- Empleo estable y digno.
- Representatividad territorial a nivel social y económico, siendo referencia para la toma de decisiones en el contexto del desarrollo regional y nacional.

Concepto e inspiradores

"Origen Amazónico" responde a una necesidad de reconocimiento del lugar de origen de los productos que se comercializan y se afianza aún más con el nombre del departamento de **"Pando"**.

El símbolo representa tres elementos característicos de la región y el producto. El círculo irregular en morado que es el fruto del asaí, dentro del mismo y de manera central se encuentra el mapa estilizado del Departamento de Pando como lugar de origen y finalmente una palmera como característica del potencial de los bosques amazónicos de Bolivia.



El diseño tiene un fuerte poder asociativo con el producto y la región de donde proviene. Tanto el logotipo como el contenido de la tipografía han sido desarrollados de manera participativa, consensuada y guiada técnicamente.

Con este trabajo se busca desarrollar la identidad marcaria lo suficientemente amplia, pregnante, reconocible, de alto rendimiento en favor del sector de los frutos amazónicos de Pando.

Asociados

Nº	Municipio	Comunidad	Nombre	Sigla	Marca
1	Porvenir Bella Flor	Trinchera	Asociación de Recolectores, Productores y Transformadores de Frutos Amazónicos de Trinchera	ARPTFAT	
2	Santa Rosa del Abuná	Primero de Mayo	Asociación Integral de Cosechadores, Productores y Transformadores de Frutos del Abuná	ASICOPTA	
3	Puerto Rico	Jericó	Asociación Forestal Integral de Productores Agrícolas de la Comunidad Jericó	AFIPA	
4	Filadelfia	Villa Florida	Asociación Integral Extrativista de Frutos Amazónicos Reserva Manuripi	ASINEFARM	



Nº	Municipio	Comunidad	Nombre	Sigla	Marca
5	Filadelfia	Petronila	Asociación de Recolectores y Productores de Frutos Amazónicos de Petronila Pando	ARPFAPP	
6	Santa Rosa del Abuná	Puerto Morales	Asociación Integral de Productores y Transformadores de Cultivos Amazónicos	AIPROTCA	
7	Santa Rosa del Abuná	Bernardino Racua	Asociación Integral de Productores y Transformadores de Frutos Amazónicos Pando	AFAI PANDO	
8	Santa Rosa del Abuná	Puerto Morales	Asociación Mixta del Agro	AMDA	





Ventajas de la Marca Colectiva

- Marca comercial de la FEDAFAP.
- El producto ofrece garantía.
- El consumidor reconoce su calidad, características y procedencia.
- El consumidor tiene confianza en la Marca Colectiva.
- Tiene reconocimiento en el ámbito Internacional.
- Son útiles para obtener financiamiento.
- Una sola solicitud para una asociación.
- Mejor distribución del producto; posicionándose en el mercado.

Aplicaciones de la Marca



Aplicaciones de la Marca



Desafíos a vencer

El camino para que Origen Amazónico Pando pueda lograr sus metas es largo, sin embargo, recordar las razones socioambientales, económicas y políticas del porque se decidió llevar adelante este esfuerzo es un aliento constante que invita a estar UNIDOS y salir adelante JUNTOS, en un entorno poco habilitante para jóvenes y mujeres, en una sociedad que aún no ha logrado entender el valor de la Amazonía, pero con actores comprometidos con el progreso sostenible conscientes con la resiliencia. Mas allá de estos aspectos, el rubro de los frutos amazónicos en Pando junto con sus aliados no miran obstáculos sino desafíos, mismos que con sacrificio y mucho trabajo serán vencidos.







ORIGEN

amazónico

PANDO

