

Diseño de marcas para mejorar los procesos técnicos de la cadena de valor del café.

Uriel Alejandro Morales Carrera
 Damián Xotlanihua Flores
 José Pablo Cervantes Xochicale

TecNM / Instituto Tecnológico Superior de Zongolica
 Zongolica, Veracruz
 Uriel_ige@zongolica.tecnm.mx

Resumen— En México la propiedad intelectual tiene un crecimiento muy lento en comparación con regiones como Asia, que son líderes en el registro de marcas, patentes y modelos de utilidad. En zonas rurales como Zongolica, hay pocas personas capacitadas en el proceso de registro de la Propiedad Intelectual. El objetivo del proyecto fue realizar diseños de marca y registro para productores de Zongolica, Veracruz, México. La metodología aplicada fueron talleres participativos con productores de café interesados en obtener un registro de marca. Durante el proyecto participaron doce productores en los talleres, diez productores participaron en la etapa de desarrollo del diseño de marca, de los cuales solo tres cumplieron con todos los requisitos en el proceso de registro. Es necesario el involucramiento de las instituciones de educación superior en los procesos de desarrollo e innovación tecnológica, así como la participación de los sectores productivos.

Palabras clave— *Propiedad Intelectual, Signos Distintivos, Marca, Productores de Café.*

I. INTRODUCCIÓN

En el Instituto Tecnológico Superior de Zongolica (ITSZ) se llevó a cabo el proyecto “Desarrollo económico de la Sierra de Zongolica a través del fortalecimiento de cadenas de valor” [1], en el que colaboraron diferentes académicos con el objetivo de capacitar a los productores de la zona de influencia de la ITSZ en los diferentes eslabones productivos y brindar las herramientas necesarias para la comercialización de sus alimentos y

bebidas. En este sentido, la tecnología básica y aplicada permite generar herramientas que resguarden la identidad, calidad y distinción de los productores que se elaboran con técnicas tradicionales y artesanales.

La tecnología es el resultado de la combinación de la investigación básica (conocimiento científico) y su aplicación para resolver problemas o satisfacer necesidades, que están asociadas a procesos de innovación, que son transformados en productos, procesos o servicios disponibles para la humanidad [2]. Para que los beneficios de la investigación se conviertan en beneficios económicos, es necesario proteger el conocimiento mediante la protección de la propiedad intelectual [3]. Algunas formas de protección intelectual son: 1) derechos de autor (software, fotografía, música, diseños de circuitos impresos); 2) propiedad industrial (invención, innovación y signos distintivos); 3) derecho a la obtención de plantas (registro de nuevas variedades vegetales, híbridos y transgénicos). A nivel internacional se creó la protección intelectual en 1893 y a través de la oficina internacional para la protección de la propiedad intelectual, y fue en 1974 que se abrió la Organización Mundial de Protección Intelectual (OMPI), en México se inauguró el Instituto Mexicano de Protección Intelectual (IMPI) en 1993 [4].

Según la información proporcionada por el IMPI [5], existe un registro de solicitudes registradas y procedimientos legalizados para cada tipo de protección industrial desde 1993, incluyendo invenciones e

innovaciones (patentes, diseños industriales y de utilidad), y signos distintivos (marcas, avisos y nombres comerciales), en la Fig. 1 se muestran los registros por tipo de protección del 2010 al 2021.



Fig. 1 Trámites legalizados por tipo de propiedad industrial de 2010 a 2021.

La Figura 2 presenta los registros de signos distintivos por año del 2013 al 2021, también muestra el desglose por tipo de signo distintivo para los últimos tres años 2020-2022 (el año 2022, son los registros del primer trimestre).

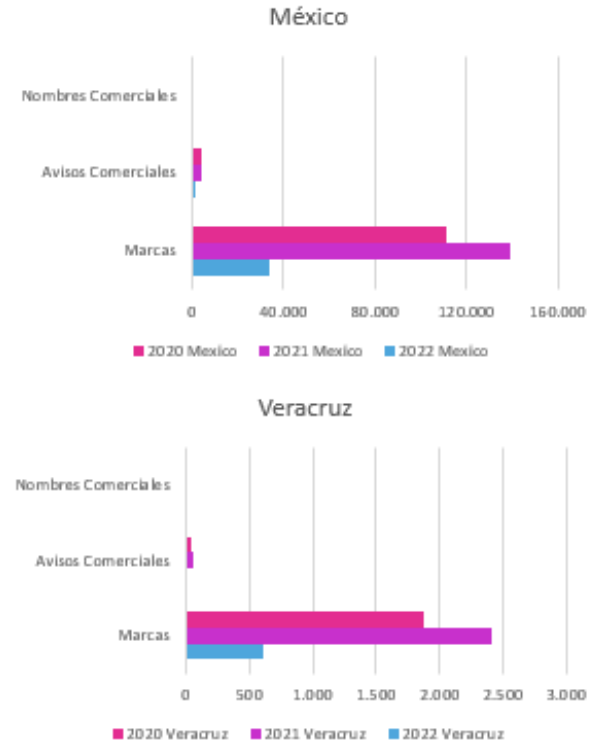
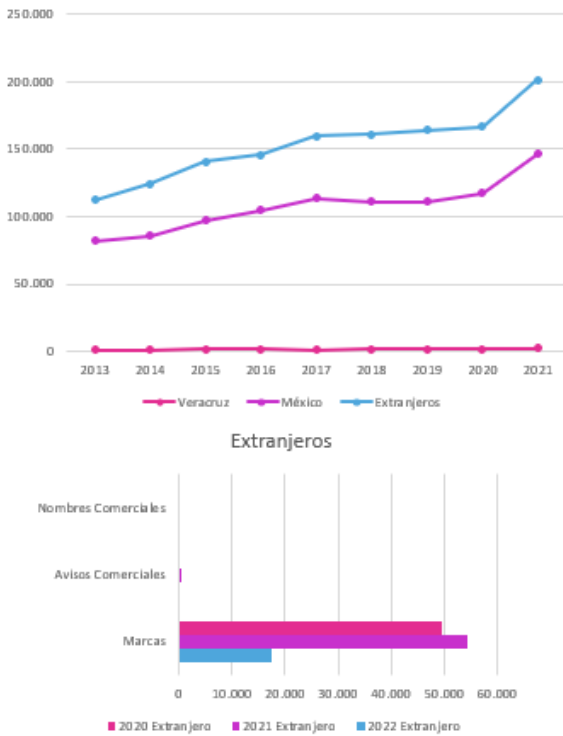


Fig. 2 Registro de signos distintivos por año y por tipo de signo distintivo

Como se observa el registro de signos distintivos en Veracruz, representa el 1.6% de los registros a nivel nacional, siendo las marcas el signo distintivo más registrado. Como se puede observar en el año 2022 hubo un decremento el registro de todos los signos distintivos.

Las empresas desarrollan una marca comercial para poder diferenciarse de otros productos en 2018 se trabajó en el desarrollo de una marca comunitaria en la ciudad de Zongolica, Veracruz, en el cual se realizó un diagnóstico de la competencia y se identificaron 35 marcas comerciales de las cuáles trece eran del estado de Veracruz, cinco del extranjero y el resto de las marcas nacionales [6].

En México, la caficultura es considerada una actividad estratégica fundamental, porque permite la integración de cadenas productivas, la generación de divisas y empleos. Es la forma de subsistencia de pequeños productores pertenecientes a 32 etnias [7]. El Estado de Veracruz es uno de los 15 estados productores de café del país, en su territorio existen 10 regiones que se dedican al cultivo del café, una de ellas es la Sierra de Zongolica (SIDEZON), donde hay cuatro productores. municipios con localidades

nahuas que practican la agricultura en sistemas tradicionales, rústicos, especializados de producción de café y policultivo agroecológico.

En zonas rurales como Zongolica existen pocas personas con capacitación en procesos productivos y propiedad intelectual, venden su café en su primera etapa de producción (café cereza), reduciendo el beneficio que obtienen de la comercialización de su producto agrícola.

El objetivo del proyecto fue realizar diseños de marca y registro para productores de Zongolica, Veracruz, México. La meta de corto y mediano plazo es capacitar a grupos de productores de café en las diferentes etapas de la cadena productiva del café para mejorar sus ingresos económicos y fortalecer sus distintivos identitarios

II. METODOLOGÍA

La metodología aplicada desde talleres participativos y una perspectiva horizontal permitió identificar el rol — y comportamiento— de los interesados en obtener sus logotipos para apoyar el registro de marcas, además de reconocer la importancia de la participación juvenil en la inversión económica, en el mantenimiento. de las parcelas y en la comercialización, en los que se han enfrentado en los últimos 20 años cambios muy significativos en la cultura, la educación y la vida cotidiana.

A partir de la propuesta para la construcción de alternativas en metodologías de investigación, se propone que la realización de talleres participativos es una herramienta que combina aspectos teóricos y prácticos con un enfoque metodológico horizontal y un pensamiento crítico. Es necesario erradicar el método de enseñanza en el que los manuales teóricos metodológicos siguen enseñando que la clave para un buen trabajo de campo es encontrar al informante clave y no al interlocutor con el que debemos hablar con humildad, y con el que debemos hablar, tratar de aprender de lo que nos enseñan sus universos de significado [8].

En la primera etapa se realizó un diagnóstico para conocer los productores, las características y símbolos que los productores esperan de sus marcas. Las preguntas y el tipo de pregunta que se realizaron en el diagnóstico se presentan en la Tabla 1.

Tabla. 1 variables y tipos de variables utilizadas en el diagnóstico.

Categoría	Variables	Tipo de variable
Identificación	Nombre del productor Localidad Tipo de café Variedad Presentaciones disponibles Precio del producto	Nominal Nominal Nominal Nominal Ordinal Discreta
Localidad	Descripción del producto Necesidad del signo distintivo Competencia Símbolos asociados a la marca Colores asociados a la marca Características de la marca	Abierta Abierta Abierta Dibujo Abierta Abierta

En la segunda etapa se caracterizó a los productores, y se identificaron sus necesidades, para lo cual se elaboró un mapa mental, donde se observan las principales características de los símbolos y diferencias entre marcas. Durante la tercera etapa se desarrolló un programa de actividades para la revisión y diseño de las marcas por parte de los productores. En la cuarta etapa se desarrolló el registro de marcas y finalmente, en la quinta etapa se realizó una evaluación de participación y difusión de resultados.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como primer resultado se obtuvo un listado de productores, el cual fue sistematizado en una base de datos en Excel, quedando un registro de productores cafetaleros de 500 a quienes, a su vez, se agrupan en diferentes marcas, sociedades cooperativas y grupos de trabajo comunitario. El cuestionario y los talleres participativos permitieron realizar un diagnóstico sociocultural, ambiental y económico para programar el trabajo con grupos que tengan una base organizacional, objetivos y metas a corto y mediano plazo, con los cuales se tiene un registro de las variedades de café que cultivan,

su localización geográfica, así como la descripción de los símbolos que los representan.

Los símbolos son importantes por que ayudan a reconocer y formar identidad acerca de algo, históricamente se han desarrollado diferentes tipos de marcas, para distinguir cosas, en el caso de las familias se utilizaban escudos, en el caso de personas de utilizaban sellos, en el caso del ganado se coloca una argolla con una numeración o se imprime con calor un símbolo para reconocer al propietario.

En la fig. 3 se observa a los productores en la primera reunión participativa, según consta en el acta, doce productores se presentaron en el auditorio del Instituto Tecnológico Superior de Zongolica.



Fig. 3 Primera reunión participativa (15-06-21)

Una vez identificados los símbolos, colores y nombres sugeridos, se llevó a cabo la segunda etapa, que consistió en la elaboración de un mapa mental (fig. 4) para visualizar las características definidas por los productores, esto como instrumento para programar actividades como: el proceso del diseño de marca y el proceso de registro, en el caso del diseño participaron profesores de la institución presentando al menos dos alternativas de diseños de marca para su selección, aprobación o reacondicionamiento.

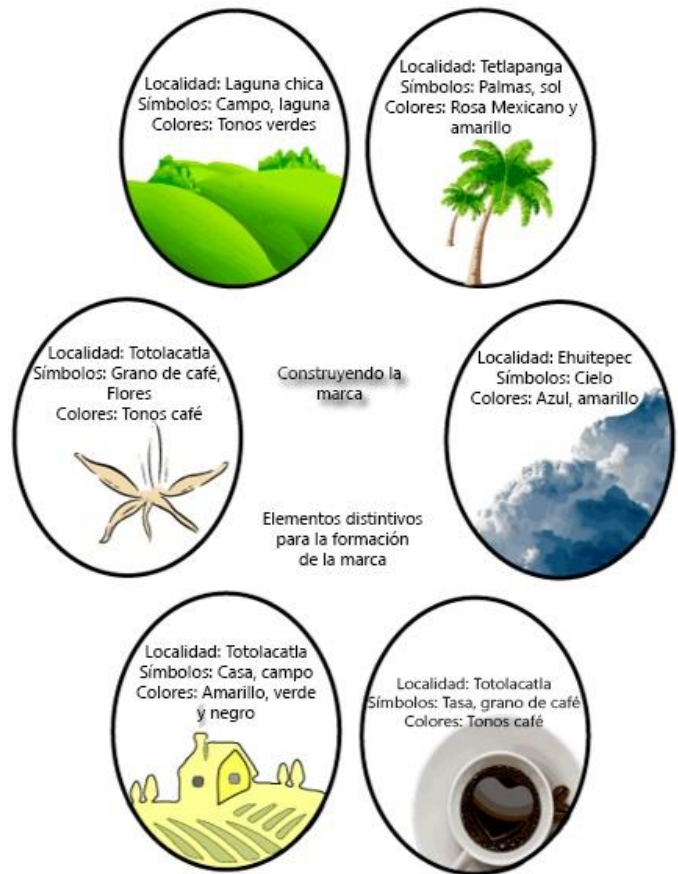


Figura 4. Mapa mental de símbolos

Durante la tercera etapa, se realizó una consulta en el IMPI sobre los nombres sugeridos por los productores, para saber si los nombres propuestos ya estaban registrados. En la Fig. 5 se muestra un ejemplo de las consultas realizadas. Además, durante el proceso se realizaron los diseños de los signos distintivos generando manuales de identidad (fig. 6).

gob mx	
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial	
Datos generales	
Número de expediente	2494527
Número de registro	2239959
Fecha de presentación	08/02/2021 14:42:01 PM
Fecha de inicio de uso	22/12/2020
Fecha de concesión	30/04/2021
Fecha de vigencia	30/04/2031
Fecha de publicación de la solicitud	12/02/2021
Denominación	CAFÉ LOS PÉREZ
Descripción de la marca	
Tipo de solicitud	REGISTRO DE MARCA

Fig. 5 Consulta de signos distintivos del IMPI



Fig. 6 Elaboración del Manual de Identidad

En la cuarta etapa se iniciaron los procesos de registro ante el IMPI, de los doce productores que participaron desde la primera reunión, hasta la etapa de desarrollo del diseño del signo distintivo (marca) fueron 10 productores, de los cuales solo tres cumplieron con todos los requisitos. en el proceso de registro. La Figura 7 muestra el número de expediente de uno de los tres procesos de registro.

gob mx	
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial	
DIRECCIÓN DIVISIONAL DE MARCAS. SUBDIRECCIÓN DIVISIONAL DE PROCESAMIENTO ADMINISTRATIVO DE MARCAS. COORDINACIÓN DEPARTAMENTAL DE RECEPCIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS.	EXPEDIENTE: 2659287 FOLIO DE RECEPCIÓN: 364253 FECHA Y HORA DE LA RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD: 06/12/2021 12:15:36

EXPEDIENTE: 2659281 FOLIO DE RECEPCIÓN: 364246 FECHA Y HORA DE LA RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD: 06/12/2021 12:15:12	EXPEDIENTE: 2660699 FOLIO DE RECEPCIÓN: 367269 FECHA Y HORA DE LA RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD: 07/12/2021 17:42:19

Figura 7. Formulario de solicitud de registro

IV. CONCLUSIONES

Las instituciones de educación superior tienen como propósito contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país, sin embargo, también es necesaria la participación de los diferentes sectores productivos, su involucramiento es vital para el logro de cualquier objetivo de desarrollo, de los doce participantes.

productores, sólo el 25% logró solicitar el registro, y se encuentra a la espera de su resolución.

La colaboración interinstitucional entre educación, gobierno, empresas y pequeños productores tiene el potencial de generar procesos para la adopción de un modelo que cree una nueva dimensión de autonomía, autogestión y creación de redes de relaciones a nivel local y nacional. niveles. niveles en los que se promueva la reproducción de una economía popular con valores de cooperación y solidaridad, en los que se priorice la producción de bienes esenciales para la soberanía alimentaria y la apropiación identitaria del café y sus derivados.

AGRADECIMIENTOS

A los productores que participaron en los talleres participativos: Mayra Mayahua Quiahua; Asael Mayahua Muñoz; Sergio Jesús Tezoco Tepole; María Luisa Cortés Hernández; Miguel Tezoco Xocua; Pedro Tezoco Tezoco; Adrián Ixmatlahua Zepahua; José Apolinar Tezoco Tezoco; Magdaleno Coyohua Tequiliquihua; Isral Xochicale Choncoa; Oliva Tetlactle Gómez; Camilo Cuahua Tezoco; Russell Rembrandt Cuevas Carrera; Calle Alondra Cuevas.

REFERENCIAS

- [1]. Las Altas Montañas (2021, julio, 21). Tecnológico de Zongolica en favor del desarrollo económico de las altas montañas. <http://www.lasaltasmontanas.com/2021/08/tecnologico-de-zongolica-en-favor-del.html>
- [2]. Gómez Flores, Ricardo Alberto. Ingenieros tecnólogos. Ingenierías, 2008, vol. 11, no 40, p. 3-4.
- [3]. Lozada, José. Investigación aplicada: Definición, propiedad intelectual e industria. CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica, 2014, vol. 3, no 1, p. 47-50.
- [4]. Martínez, Jorge Rodríguez. Las PyMES y el sistema de propiedad intelectual: patentes, marcas y diseños industriales.
- [5]. Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI, 2022). Impi en Cifras 1993-2022. <https://www.gob.mx/impide/documentos/instituto-mexicano-de-la-propiedad-industrial-en-cifras-impide-en-cifras>

- [6]. Morales Carrera, Uriel Alejandro; Limón Rivera, Rogelio; Cosme Reyes; Lilia Astrid (2018). Modelo de construcción de marca comunitaria, caso Atexoxocuapa, Zongolica, Veracruz [Memoria en Extenso, área 14 Mercadotecnia]. XXIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, Ciudad de México, México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2018/14.09.pdf>
- [7]. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA) (2018) El café en México diagnóstico y perspectiva, Cámara de Diputados LXIII Legislatura, México, 33 pp.
- [8]. Guerrero, P. (2010) “Por una Antropología comprometida con la vida”, en Guerrero P. (coord.), Corazonar. Una antropología comprometida con la vida. Miradas otras desde Abya-Yala para la descolonización del poder, del saber y del ser. Ecuador: Ediciones Abya-Yala. Pp. 75-104.