



**“La Creciente Ola de Restricciones en America Latina y la Incorrecta Percepción Sanitaria hacia las Marcas Comerciales.”**

**Maricruz Villanea V.  
ASIPi Mexico 2023**

# INTRODUCCIÓN A LAS RESTRICCIONES MARCARIAS

---

## ORIGEN:

- a) PP Empieza en 1976 en Francia Carrefour.
- b) 1990 OMS- NCDs (factores de riesgo Tabaco, Alcohol, contaminación, mala alimentación, sedentarismo.



## Percepción Erronea Entre Salud y Marcas

- Fundamento Principal de BR es que la salud esta relacionada con las marcas.
- 1990 conferencia de OMS en Australia: "Dada la importancia del diseño del empaque para la promoción del Tabaco..."
- NCDs vienen de diferentes factores y sobre todo de costumbres durante muchos años, la solución debe ser integral.
- La salud es un tema fundamental pero es vital diferenciar el rol de las marcas y la verdadera raíz de los NCDs.



# Cigarrillos de Tabaco

- Todo empieza con las regulaciones al Tabaco donde ya no son solo BR también prohibición de uso de marcas o logos y fotos alertando de las posibles enfermedades además del aumento en los impuestos.
- Consecuencias: Aumento del contrabando, falsificación. No cumplen con los requisitos mínimos de toxicología, ingredientes y químicos que se utilizan.



# Exceso de Regulaciones en LATAM



- En la Industria de las bebidas y comida BRs se han implementado en varios países México, Argentina, Chile, República Dominicana, Uruguay y están en discusión en muchos otros países.
- En varios países las marcas en los paquetes son marginadas a favor de sellos nutricionales para identificar productos "Altos" en Azúcar, sodio, grasa, o cafeína.
- En Chile y México están prohibidos las caricaturas y marcas famosas en productos con alto contenido de azúcar.





# Fórmula de Bebé

- En países como Republica Dominicana han impuesto muchas regulaciones y prohibiciones a las fórmula de bebé para incentivar la lactancia.
- En países como Kenia se han impuesto medidas al etiquetado de los biberones y chupetas .



# ¿Funciona?

- De acuerdo al estudio de INTA " Brand Restrictions Study a view from Genz and Millenials" 2021
- Las marcas facilitan la decisión de compra.
- Las marcas representan la calidad y confianza que necesita el consumidor.
- 7 de 10 consumidores confían en las marcas en cambio 4 de 10 confía en los Gobiernos.
- Estudios han demostrado que el uso de los sellos de seguridad solo fue efectivo el primer año ya que los consumidores a través del tiempo ya no ponen atención. 60% de los productos tienen sellos.
- Hay estudios que estiman una potencial perdida de la industria que puede llegar a exceder los US\$500 billones.



# Conclusiones

- Las regulaciones de BRs han aumentado en la última década dejando un impacto negativo en las industrias y consumidores.
- Sin ningún estudio científico que pruebe los beneficios.
- No hay un diálogo autoridades/industria.
- No han tenido beneficios, mas bien confusión del consumidor.
- Violación a los derechos marcarios de las empresas y las leyes de Propiedad Intelectual.
- Perdida de marcas valiosas por falta de uso..
- Se prohíbe el uso de caricaturas para no atraer la atención de los niños pero al mismo tiempo se ponen leyendas que no entienden los niños.  
Consumidor/Comprador.
- Las Medidas como PP y BRs no protegen al consumidor por el contrario afecta el poder de decisión y distinción de Productos en el mercado.





¡GRACIAS!

**IDEAS**

INTELLECTUAL PROPERTY SERVICES  
CENTRAL AMERICA & THE CARIBBEAN



✉ [info@ideasips.com](mailto:info@ideasips.com)

☎ +506 2288-5797

🌐 [www.ideasips.com](http://www.ideasips.com)

COSTA RICA • NICARAGUA • EL SALVADOR • HONDURAS • GUATEMALA