



ESTATUTOS CONSTITUTIVOS DEL CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS

CONSIDERANDOS:

- I.** Que una Marca País es más que un signo o distintivo que identifica a un país, es todo un sistema de valores que lo diferencian de los demás y esta debe ser emblemática convirtiéndose en un ícono nacional.
- II.** Que a iniciativa de Uruguay en el año 2013 en Montevideo, se realizó el Primer Foro de Marca País denominado “Primer Foro Internacional de Marcas País Intercambio de Experiencias de Gestión” donde se abordaron las experiencias de gestión de Marca de País de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Uruguay y Centroamérica, con el fin de visualizar en conjunto los avances alcanzados y conocer las distintas formas de gestión implementada para la construcción de Marcas País.
- III.** Que en años recientes, los países de Latinoamérica han realizado esfuerzos con el propósito de promover exportaciones y comercio, atraer inversión extranjera y promover la oferta turística de sus países, entre otros; a través de la creación de sus respectivas estrategias de Marcas País y realización de foros internacionales celebrados desde el año 2013 en Uruguay, 2014 en Chile, 2015 en Perú, 2016 en Argentina, 2017 en Panamá y 2018 en Bolivia.
- IV.** Que en fecha 10 de julio de 2016, en la segunda reunión preliminar rumbo al IV Foro Internacional de Marcas País, realizada en Copan Ruinas, Honduras; se presentó como iniciativa de Honduras, la conformación de un Consejo que genere lineamientos consensuados de estrategias relacionadas a los pilares de las Marcas de cada País, a fin de facilitar el intercambio de ideas y experiencias que propicien acciones conjuntas que apoyen su desarrollo.
- V.** Que en fecha 20 de noviembre de 2019, se firmó la declaración de la I Cumbre de Altos Mandos de Marcas País, mediante la cual se comprometieron a establecer un Comité Técnico a nivel de Altos Funcionarios en adelante,

COLATAMP, conformado por los Directores de Marcas País de los países miembros o la persona que estos designen para actuar en su nombre y lugar con amplias facultades de representación.

VI. Que la competencia global entre países por captar turistas, inversiones, tecnologías, mano de obra y otros recursos que contribuyan al crecimiento económico de cada uno de ellos, ha obligado a transmitir un posicionamiento e imagen positiva y propuestas de valor atractivas para cada mercado que interese.

ARTÍCULO 1: CONSTITUCIÓN Y PROPÓSITO

Crear el **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, el cual tiene como propósito ser la instancia técnica regional que permita fortalecer los vínculos entre sus miembros, dinamizando las relaciones económicas, comerciales y de inversión entre las empresas de los países latinoamericanos, a través del intercambio de experiencias en el diseño, construcción, gestión y sostenibilidad de la Marca País.

Teniendo en cuenta que se trata de una organización internacional sin personería jurídica se aplicará el Derecho Internacional que propende a la solidaridad humana, al respeto de la autodeterminación de los pueblos para el afianzamiento de la paz y la democracia universal.

ARTÍCULO 2: DENOMINACIÓN ABREVIADA

El Consejo será conocido también por una denominación abreviada de su nombre **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

ARTÍCULO 3: MISIÓN

El **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, busca alinear los esfuerzos comunicacionales para fortalecer el orgullo nacional de cada país, fomentar la competitividad, exportación y posicionar a los territorios que componen la región, como destino para la inversión y turismo entre otros, a través de acciones que fortalecen el intercambio de experiencias y conocimiento sobre el tema.

ARTÍCULO 4: FUNCIONES DEL CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS

- a. Ser un organismo técnico para la coordinación y ejecución de proyectos concertados que tengan el fin de potenciar las Marcas Territoriales, respetando la autonomía de cada uno de sus miembros.
- b. Tener iniciativa y participación en medidas destinadas a facilitar una acción concertada para construir y gestionar la sostenibilidad de Marcas País a nivel latinoamericano, tanto entre sí como con los demás países del mundo.
- c. Realizar las investigaciones y estudios que se estime pertinente sobre los asuntos que se relacionen directa o indirectamente con el diseño, construcción, gestión y sostenibilidad de la Marca País.
- d. Dictar recomendaciones no vinculantes y de carácter técnico sobre cualquier asunto de su competencia, directamente a los países interesados que son miembros.
- e. Aprobar las propuestas relativas a actividades que repercuten en el funcionamiento de las Marcas País a nivel mundial.
- f. Establecer el enlace y la cooperación adecuada con otras comisiones de turismo, económicas y comerciales de promoción de cada país, para la construcción de proyectos que beneficien a los miembros,
- g. Promover la relación del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS** con otras redes u organismos internacionales de cooperación.
- h. Aprobar el plan de trabajo el cual deberá estar enmarcado en los pilares estratégicos de cada país miembro.
- i. Colaborar en la preparación de las Cumbres de Altos Mandos de Marcas País en estrecha coordinación con la correspondiente Secretaría Ejecutiva.
- j. Contribuir en la organización del Foro Latinoamericano de Marcas País.
- k. Aprobar la implementación de los proyectos que se presenten por parte de los miembros.
- l. Ejecutar los mandatos que reciba el **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS** de las Cumbres de Altos Mandos a realizarse por cualquier país sede.

El presente Consejo no generará para ninguno de los miembros compromisos económicos para el cumplimiento de su misión.

ARTÍCULO 5: ESTRUCTURA

El **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, es un Consejo con sede itinerante y estará conformado por las máximas autoridades de las organizaciones nacionales encargadas de la Marca País o Marca Destino o la persona que esta designe para actuar en nombre y en lugar de él con amplias facultades de representación.

Estará integrado por las siguientes instancias:

1. Una Presidencia, que tendrá una duración de un año.
2. Una Secretaría Ejecutiva, que tendrá una duración de un año.

Cada país miembro realizará voluntariamente su postulación para la Presidencia y Secretaría Ejecutiva de este Consejo y la elección será por consenso de los miembros del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

Las resoluciones del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS** serán tomadas por consenso y firmadas por los miembros.

En la agenda del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, los miembros pueden someter a aprobación, la asistencia a sus reuniones a aquellos países, organizaciones y/o instituciones públicas o privadas de su país cuya actividad esté vinculada a su Marca País, su Marca Destino, su Marca Ciudad, entre otras, en calidad de observadores.

La agenda del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, deberá ser compartida a todos los países miembros con al menos un mes de anticipación y se deberá adjuntar una nota conceptual de los temas a abordar en el Foro Internacional de Marcas País.

Una vez concluida toda reunión del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, se elaborará un acta de reunión.

ARTÍCULO 6: FORO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS

Para el cumplimiento de sus objetivos y consecución de sus fines, se celebrará el Foro Iberoamericano de Marcas País una vez al año, en el país de la organización o dependencia oficial que ostente la Presidencia, con el objetivo de conocer

diferentes experiencias relacionadas con los pilares estratégicos de los Países miembros.

El foro podrá llevarse a cabo siempre y cuando en el participen al menos el cincuenta por ciento de los miembros.

ARTÍCULO 7: PERÍODO DE SESIONES

En cada período de sesiones, la Presidencia propondrá previa consulta con la Secretaría Ejecutiva, la fecha y el lugar de su próxima reunión, quedando dicha propuesta sujeta a la aprobación del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

ARTÍCULO 8: DE LA PRESIDENCIA

Son atribuciones de la Presidencia:

- a. Ejercer la vocería y la representación ante terceros, ya sean organismos internacionales o multilaterales, medios de comunicación, instituciones académicas, entre otras.
- b. Ejecutar el Plan de Trabajo y rendir informe ante el **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.
- c. Presidir la reunión del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.
- d. Velar por el cumplimiento de todas las resoluciones suscritas.
- e. Velar por la calidad, seguridad y transparencia de los procesos del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.
- f. Realizar las acciones necesarias para que su país sea sede del Foro Iberoamericano de Marcas País.

ARTÍCULO 9: DE LA SECRETARIA EJECUTIVA

Son Atribuciones de la Secretaria Ejecutiva:

- a. Presentar los puntos de agenda para la reunión del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.
- b. Tendrá a su cargo la organización y preparación de las sesiones.
- c. Rendir un informe de los trabajos que haya realizado entre la sesión anterior y la corriente.
- d. Recibir los proyectos de cada uno de los Países miembros.
- e. Coordinar las sesiones del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

- f. Apoyar a la Presidencia, en los aspectos que sean requeridos para el logro de la ejecución del Plan de Trabajo.
- g. Organizar comités de trabajo para el análisis de temas concretos relacionados principalmente con la promoción de país.
- h. Informar a los países miembros sobre todo lo relativo a las resoluciones, discusiones, actas y acuerdos tomados en las diferentes sesiones del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS** o foros, con el objetivo de llevar una sistematización del trabajo que el **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS** realiza.
- i. Cuidar y velar por la preservación de los archivos del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

ARTÍCULO 10: VOTACIONES

Las decisiones tomadas en las sesiones de Consejo serán por consenso de los miembros del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, la presidencia tendrá voto de calidad si así se requiriere cuando no exista consenso.

ARTÍCULO 11: ORGANIZACIONES MIEMBRO

Son miembros del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**, las organizaciones o dependencias oficiales encargadas de las Marcas País representando a los siguientes países:

1. Andorra
2. Argentina
3. Colombia
4. Costa Rica
5. Cuba
6. Ecuador
7. Guatemala
8. Honduras
9. México
10. Panamá
11. Perú
12. Uruguay
13. Chile
14. República Dominicana
15. El Salvador
16. Paraguay

ARTÍCULO 12: ADHESIÓN DE NUEVOS MIEMBROS

Podrán adherirse otras organizaciones o Marcas País, previa aceptación por consenso de los miembros del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

Para lo cual, deberá expresar su interés de incorporación mediante comunicación oficial al país que ostente la Presidencia y deberá ser ratificada mediante sesión en plenaria del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.

ARTÍCULO 13: IDIOMA

El idioma oficial y de trabajo en el que se celebrarán las sesiones será el español, aún cuando dentro de sus miembros existan territorios con idiomas distintos.

ARTÍCULO 14: MODIFICACIONES DE LOS ESTATUTOS

Las propuestas de modificación serán presentadas a iniciativa de cualquier miembro de manera escrita y aprobadas por consenso durante las reuniones del **CONSEJO IBEROAMERICANO DE MARCAS PAÍS**.