

Perspectivas de una Marca de Calidad Comunal para los Colectivos Socioeconómicos de Venezuela

FRANCISCO ASTUDILLO GÓMEZ

Abogado, Magister Scientiarum en Derecho de la Integración y Doctor en Derecho de la Universidad Central de Venezuela. Profesor de Postgrado de las Universidades Central de Venezuela y de Los Andes. Profesor de la Maestría en Propiedad Intelectual de la Universidad de Las Américas (Quito, Ecuador). Consultor de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Secretario General de la Universidad Nororiental Privada Gran Mariscal de Ayacucho. E-mail: astudillofrancisco@yahoo.com

Recibido: 26-07-12 Aceptado: 24-10-12

Resumen

En Venezuela, durante los últimos años se han aprobado leyes que permiten crear o reconocer organizaciones colectivas sociales, especialmente Comunas, Consejos Comunales y Pueblos Indígenas, previéndolas como entes dinámicos en cuanto a producción de bienes y prestación de servicios que podrían distinguirse en el tráfico comercial con marcas colectivas especiales y competir con base en estándares de calidad predeterminados. Este artículo recoge resultados del proyecto de investigación N° 20110013358 intitulado “La Marca Comunal. Estudio para verificar la viabilidad de implementar una marca comunal en Venezuela asociada a la calidad de los productos y servicios de comunas, consejos comunales y cooperativas”, coordinado por el autor, financiado por el FONACIT (2012-2013) e incluye un proyecto de ley sobre la materia.

PALABRAS CLAVES: Marca Colectiva, Marca de Calidad, Tipos de Marcas Comerciales.

Prospects for Communal Quality Mark for Socio-economic Organizations in Venezuela

Abstract

Venezuela has passed laws in recent years allowing the creation and recognition of social collective organizations, specially communes, community councils and indigenous collectivities, establishing them as dynamic entities in terms of goods' production and provision of services, which can be distinguished in the commercial traffic with special collective trademarks and compete based on predetermined quality standards. This article gathers results from research project No. 20110013358 titled “The Communal Trademark. A study to verify the viability of implementing a collective trademark in Venezuela associated to the quality of products and services as provided by communes, community councils and cooperatives”, coordinated by the author, sponsored by FONACIT (2012-2013) and including a law proposal on the subject.

KEYWORDS: Collective Mark, Quality Mark, Kind of Trademarks.

ANTECEDENTES

Las marcas comerciales son signos distintivos utilizados para individualizar bienes y servicios en el comercio. Sobre estos signos es factible legalmente adquirir derechos de uso exclusivo por lapsos determinados. Las marcas comerciales son una categoría de “bienes intangibles” (no táctiles) protegidos a través de la denominada Propiedad Industrial, disciplina que conjuntamente con el Derecho de Autor integran la Propiedad Intelectual.

Si bien estos derechos de propiedad intelectual son de naturaleza privada, aceptado ello por los países miembros en el preámbulo del Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) previsto como anexo 1-E del Acuerdo de Marrakech que constituyó la Organización Mundial del Comercio (OMC), operan asimismo como mecanismos excepcionales y temporales al principio de libre acceso y utilización de los conocimientos. La sociedad en general se beneficiará de los conocimientos y por ende debe estimular su generación (Astudillo, 2011, p. 94). Los estados a través de leyes deben regular la adquisición y utilización de estos derechos, preservando el equilibrio entre el fin social señalado y el interés individual.

Dependiendo de la persona que detenta el derecho, la más conocida es la marca individual cuyo titular es una persona jurídica o natural. El derecho de exclusiva para el uso del signo y que le permite al titular excluir a sus competidores recae en una persona.

No obstante, existen otras categorías de signos distintivos donde el derecho recae sobre un colectivo de personas. Entre ellos, tenemos a las marcas colectivas que a decir de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) se definen:

... como signos que distinguen la procedencia geográfica, el material, el modo de fabricación, la calidad u otras características comunes de los productos o servicios de distintas empresas que utilizan la marca colectiva. El titular puede ser una asociación a la que pertenezcan dichas empresas o cualquier otra entidad, incluidas las instituciones públicas o las cooperativas. La mayoría de los países exige que la solicitud de marca colectiva vaya acompañada de una copia de las normas que rigen el uso de la marca colectiva y no permiten la concesión de licencias en relación con este tipo de marcas. (OMPI, 2013).

Otro tipo de signo distintivo cuyo sujeto del derecho de propiedad industrial es un colectivo es la Indicación Geográfica o Denominación de Origen, que permite individualizar productos con los nombres de los lugares geográficos de origen, bien sean naturales o elaborados. El derecho de exclusiva recae en los productores de la región, quienes solo tendrán derecho al uso del nombre geográfico correspondiente cumpliendo con condiciones de calidad predeterminadas para los productos a ser identificados con dicho nombre. Ejemplo: Ron de Venezuela, Café de Colombia, Champagne, etc.

Mención importante debe hacerse de la Marca de Calidad Territorial Europea, que se originó durante la ejecución de la iniciativa comunitaria LEADER (Liaison entre Activités de Développement Rural) en 1991, por lo que el marco normativo gracias al cual ha sido posible, es una consecuencia directa de la estrategia de desarrollo rural territorial de la Unión Europea.

El fundamento conceptual de la estrategia sobre esta marca europea establece que los territorios rurales, no sólo cumplen funciones de producción de materias primas, sino también otras reconocidas como bienes públicos, tales como conservación del medioambiente, conservación de la identidad y tradiciones culturales, equilibrio demográfico, y cohesión social y territorial, gracias a la demanda creciente, por parte de los consumidores europeos y no europeos, de estas funciones no retribuidas por el mercado o remunerados sólo de manera muy residual (Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea, 2013, p.s/n).

El desarrollo de diversos sectores industriales de Europa, como el alimentario y el vitivinícola, se ha basado en la utilización de nombres geográficos y marcas colectivas territoriales. Ambas figuras son extraordinarias para promover el desarrollo rural. Aumentan la producción, crean empleo y evitan el éxodo rural. Proporcionan valor añadido a las localidades e incrementan el turismo, por cuanto los productos distinguidos con esos nombres actúan como atrayentes del mismo. En Europa, tanto los nombres geográficos como las marcas colectivas territoriales tienen alta tradición y los diferentes países las han implementado con excelentes resultados.

Otro antecedente sobre el tema se presenta en la Comunidad Andina, cuya Decisión 486 contempla la posibilidad de registrar marcas colectivas y denominaciones de origen. Sobre estas últimas, algunas fueron concedidas en

Venezuela, antes de nuestra salida de la CAN en el 2006. Estas fueron Cocuy Pecayero, Ron de Venezuela y Cacao Chuao.

No existe actualmente en Venezuela la posibilidad de obtener marcas colectivas o denominaciones de origen, por cuanto las leyes de la materia no las contemplan y la propiedad intelectual en general es materia de “reserva legal” (sólo puede ser adoptada y modificada por vía legislativa mediante leyes de la República), a tenor de lo previsto en la Constitución de 1999, en su artículo 98, el cual expresa:

Artículo 98. La creación cultural es libre. Esta libertad comprende el derecho a la inversión, producción y divulgación de la obra creativa, científica, tecnológica y humanística, incluyendo la protección legal de los derechos del autor o de la autora sobre sus obras. El Estado reconocerá y protegerá la propiedad intelectual sobre las obras científicas, literarias y artísticas, invenciones, innovaciones, denominaciones, patentes, *marcas y lemas de acuerdo con las condiciones y excepciones que establezcan la ley y los tratados internacionales suscritos y ratificados por la República en esta materia.*

SISTEMA DE ORGANIZACIONES SOCIALES DE VENEZUELA

Venezuela cuenta con un sistema de organizaciones colectivas creadas durante los últimos años e integrado por cooperativas, consejos comunales y comunas propiamente dichas, todas con personalidad jurídica y por ello capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones, pero siempre con un claro fin social. Ello les permite actuar en el mercado a través de la producción y comercialización de bienes y servicios, siempre sin apartarse del mencionado fin. A estas organizaciones socioproductivas se unirían los pueblos y comunidades indígenas, fundamentalmente en relación a las artesanías por estos elaboradas.

Ahora bien, esos bienes y servicios producidos por estas organizaciones bien pueden ser identificados por los consumidores por medio de marcas comerciales comunes a cada organización colectiva, lo que les permitirá abordar el “mercado” y diferenciarse de la competencia en el tráfico comercial. Pero la utilización de marcas comunes por los productores de una comuna, cooperativa o pueblo indígena podría estar asociada a la calidad preestablecida de los productos, funcionando en parte como una marca de certificación. Pero una marca de certificación, a diferencia de una

marca colectiva, no persigue identificar al fabricante de un producto. Más bien, informa a los consumidores que el producto que lleva la marca cumple con estándares (por lo general en relación con la calidad o la procedencia geográfica) establecidos por la organización certificadora titular de la marca. La marca de certificación cumple una función de garantía general para los consumidores y no en interés de la persona o empresa que adquiere el uso exclusivo de la misma (titular del derecho). La marca colectiva además de identificar a un colectivo igualmente garantiza el cumplimiento de estándares de calidad impuestos por el colectivo titular del derecho sobre la misma.

Las mismas leyes que regulan la constitución y funcionamiento de estas organizaciones, prevén la posibilidad de actuar en el campo productivo. En dicho sentido tenemos:

La Ley Especial de Asociaciones Cooperativas prevé la siguiente definición de Cooperativa:

Artículo 2°. Las cooperativas son asociaciones abiertas y flexibles, de hecho y derecho cooperativo, de la Economía Social y Participativa, autónomas, de personas que se unen mediante un proceso y acuerdo voluntario, para hacer frente a sus necesidades y *aspiraciones económicas*, sociales y culturales comunes, para generar bienestar integral, colectivo y personal, por medio de procesos y empresas de propiedad colectiva, gestionadas y controladas democráticamente.

Por su parte, la Ley Orgánica de los Consejos Comunales, en su artículo 4, numerales 11 y 12 igualmente prevé actuaciones de estos en actividades de comercio de bienes y servicios:

Artículo 4.

...

11. Economía comunal: es el conjunto de relaciones sociales de *producción, distribución, intercambio y consumo de bienes, servicios y saberes*, desarrolladas por las comunidades bajo formas de propiedad social al servicio de sus necesidades de manera sustentable y sostenible, de acuerdo con lo establecido en el Sistema Centralizado de Planificación y en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación.

12. Redes socioproductivas: es la articulación e integración de los procesos productivos de las organizaciones socioproductivas

comunitarias, para el intercambio de saberes, *bienes y servicios*, basados en los principios de cooperación y solidaridad; sus actividades se desarrollan mediante nuevas relaciones de producción, comercio, distribución, cambio y consumo, sustentables y sostenibles, que contribuyen al fortalecimiento del Poder Popular.

Por su parte, la Ley de Comunas establece el propósito de la misma en su artículo 6:

Artículo 6. La Comuna tiene como propósito fundamental la edificación del estado comunal, mediante la promoción, impulso y desarrollo de la participación protagónica y corresponsable de los ciudadanos y ciudadanas en la gestión de las políticas públicas, en la conformación y ejercicio del autogobierno por parte de las comunidades organizadas, a través de la planificación del desarrollo social y económico, la formulación de proyectos, la elaboración y ejecución presupuestaria, la administración y gestión de las competencias y servicios que conforme al proceso de descentralización, le sean transferidos, así como la *construcción de un sistema de producción, distribución, intercambio y consumo de propiedad social*, y la disposición de medios alternativos de justicia para la convivencia y la paz comunal, como tránsito hacia la sociedad socialista, democrática, de equidad y justicia social.

Pero dentro del sistema comunal, quizás el instrumento legal que establece con mayor claridad la intervención de estas comunas en la producción de bienes y servicios es la Ley Orgánica del Sistema Económico Comunal, la cual prevé en su artículo 1:

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto desarrollar y fortalecer el Poder Popular, estableciendo las normas, principios, y procedimientos para la creación, funcionamiento y desarrollo del Sistema Económico Comunal, integrado por organizaciones socioproductivas bajo régimen de propiedad social comunal, impulsadas por las instancias del Poder Popular, el Poder Público, o por acuerdo entre ambos, para *la producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios, así como de saberes y conocimientos*, para satisfacer las necesidades colectivas y reinvertir socialmente el excedente, mediante una planificación estratégica, democrática y participativa.

En cuanto a los pueblos y comunidades indígenas, la Constitución de 1999 de Venezuela prevé en su artículo 124 que el Estado «garantiza y protege la propiedad intelectual colectiva de los conocimientos, tecnologías e innovaciones de los pueblos indígenas».

El mencionado mandato constitucional ha sido desarrollado posteriormente por leyes, entre las cuales tenemos la Ley del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas de 2009, la cual prevé un capítulo sobre la participación en la economía de estos colectivos. Así el artículo 21 expresa:

Artículo 21. Los pueblos y comunidades indígenas tienen derecho a decidir libremente sobre los sistemas, técnicas y mecanismos de elaboración, producción, comercialización e intercambio de sus productos, bienes, actividades y servicios indígenas tradicionales, y en general, al ejercicio libre de sus actividades productivas tradicionales y no tradicionales, así como a participar en la economía nacional, fomentando su intercambio comercial en el ámbito comunal, local, regional, nacional e internacional, sin menoscabo de la protección y salvaguarda del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas, prevista en la presente Ley.

Prevé igualmente la mencionada ley, la obligación que tienen los pueblos y comunidades indígenas a identificar sus bienes y servicios tradicionales con un símbolo. En este sentido, expresa el artículo 23:

Artículo 23. Los pueblos y comunidades indígenas, en sus prácticas económicas tradicionales e intercambio comercial, deben identificar con un *símbolo* autóctono la prestación de bienes y servicios, que indique el pueblo y comunidad indígena de origen. Este símbolo será administrado por los pueblos y comunidades indígenas al cual pertenece y debe estar inscrito por ante el Registro General del Patrimonio Cultural.

Pues bien, ese “símbolo” al que refiere esta ley, no es otra cosa que un signo distintivo especial para individualizar los bienes que produzca y los servicios que preste cada colectivo indígena. Ese símbolo pudiera coincidir con la marca que se propone en este estudio, o ser una categoría especial por su naturaleza no vinculada a la calidad de los productos o servicios que identificaría.

Pero adicionalmente cuenta Venezuela a partir del año 2010 con una Ley del Artesano y Artesana Indígena, que declara como patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas, toda manifestación cultural expresada mediante obra o producto artesanal elaborado por los artesanos y artesanos indígenas, pero expresando que esta declaratoria no limita el derecho de comercialización de los productos artesanales indígenas en los términos establecidos en la presente Ley y las disposiciones legales que rigen la materia.

Asimismo, estimula la comercialización de las artesanías indígenas por medio de mercados, centros y complejos artesanales. Así, el artículo 15 establece:

Artículo 15. Los estados y municipios indígenas o con población indígena, deben crear mercados, centros y complejos artesanales destinados a la promoción, difusión, exhibición y comercialización de las artesanías indígenas. La creación de estos centros se hará con la participación de los consejos artesanales indígenas y deben ser administrados por los artesanos y artesanas indígenas.

Por último esta misma Ley prevé expresamente una garantía de la actividad comercial para las artesanías de los indígenas, en su artículo 16:

Artículo 16. Los órganos y entes con competencia garantizaran la *actividad comercial artesanal indígena*, su intercambio con otros sectores de la sociedad e inclusión en los mercados, en el ámbito municipal, estatal, nacional e internacional.

Las disposiciones anteriores permiten concluir parcialmente que el Estado venezolano ha estimulado en las diferentes leyes, que las organizaciones colectivas de este país, así como los pueblos y comunidades indígenas, produzcan bienes y presten servicios (artesanales o industriales) para su comercialización. En otras palabras estas deben ser organizaciones productivas lo que no está reñido en caso alguno con el fin social que persiguen.

De allí la importancia de contar con signos distintivos que permitan llevar esos bienes y servicios al mercado y diferenciarlos de los competidores.

LA MARCA DE CALIDAD COMUNAL

Existe en el mundo un interés creciente por relacionar a las organizaciones locales con actividades económicas, concretamente actividades productivas, vinculadas o no al medio geográfico. Así tenemos ejemplos como el de España, donde existe la posibilidad de creación de entidades locales distintas a los Concejos y provincias, denominadas Comarcas, con ámbito idóneo funcional y con capacidad para producir bienes o prestar servicios.

Argentina en nuestro hemisferio cuenta con la Ley 26.355 de marzo del 2008, la cual establece un régimen para obtener marcas colectivas pero destinadas al desarrollo de la economía social.

Venezuela no escapa a esta tendencia, como se evidencia de las leyes referidas anteriormente donde se ha dejado claro que las organizaciones colectivas, especialmente las Comunas tienen la posibilidad de actuar en el campo productivo. En otras palabras, no se quiere que sean organizaciones estáticas sino por el contrario dinámicas en cuanto a la producción de bienes y prestación de servicios.

Ahora bien, en un mercado donde predominan los símbolos y en el que el consumidor está situado ante una considerable oferta de productos y servicios, la referencia a ciertos elementos individualizadores se hace indispensable para permitirle a este la elección ante la diversidad de oferta y facilitarle al productor de bienes o prestatario de servicios introducir sus bienes al tráfico comercial.

En relación con lo señalado, es preciso recordar que uno de los objetivos más representativos de las marcas en general, es la protección de los consumidores quienes identificarán a los productos o servicios que desean a través de signos distintivos que les garantizarán obtener el grado de calidad esperado, lo que no sería posible si existiera libre uso de las marcas y no existiera un sistema de referencias sobre las cuales los productores de bienes o prestadores de servicios tengan un “uso exclusivo”.

Se propone entonces la creación de una “Marca de Calidad Comunal”, para distinguir productos y servicios de integrantes de organizaciones colectivas socioproductivas que garanticen determinada calidad.

La marca de calidad comunal de Venezuela sería una sub categoría de marcas colectivas, para distinguir productos o servicios de organizaciones sin fines de lucro y con un sentido social para el colectivo de afiliados. El ejemplo más ilustrativo es la ya señalada Ley 26.355 de Argentina, mediante la cual se pueden registrar estas marcas por parte de las formas asociativas destinadas al desarrollo de la denominada “economía social” en dicho país.

El elemento común a todas las Marcas de Calidad Comunal y que las diferenciaría de las marcas individuales de productos y servicios, es su finalidad que no es la protección de un producto o servicio particular, sino del conjunto de productos, servicios e incluso el patrimonio (cultural y natural) de un colectivo. Su objetivo es la mejora de la calidad de vida de sus integrantes y el fortalecimiento de sus vínculos sociales y culturales internos, generando un espacio común con un alto nivel de competitividad.

Podría esta marca ser utilizada por comunas, consejos comunales, cooperativas y otras organizaciones locales y territoriales para distinguir y colocar en los mercados local e internacional productos y servicios obtenidos por los integrantes de las mismas, que reflejen conocimientos tradicionales y locales, folclore, artesanía, historia, desarrollo local y que puedan constituir fuente de innovación.

Esto les permitiría a estas organizaciones:

- Incentivar y mejorar la competitividad y afianzar su identidad.
- Promover y reforzar su apertura al mercado y la comercialización de sus productos y servicios.
- Facilitar la entrada al comercio de sus productos.
- La generación de empleo.
- Formación de Recursos Humanos.

Objeto del derecho en la marca de calidad comunal

Los productos y servicios se individualizan en el mercado mediante signos distintivos denominados “marcas” y son elementos fundamentales e imprescindibles del comercio. Pueden las marcas estar constituidas solo por elementos nominativos (palabras) o figurativos (emblemas o símbolos representativos de ideas) o combinar ambos tipos de elementos (marcas mixtas o complejas).

En el caso de las marcas comerciales individuales el objeto del derecho recae sobre la marca solicitada y obtenida para identificar productos o servicios en el tráfico económico. Este derecho implica el uso (*ius utendi*) y la prohibición (*ius prohibendi*) a terceros que sin su consentimiento utilicen una marca similar o parecida. El derecho recae en una persona, bien sea natural o jurídica, quien tendrá el goce (*ius fruendi*) y la disposición (*ius abutendi*) del mismo.

Pero en cuanto a las marcas de calidad comunal, el derecho a ser otorgado por el Estado, difiere del derecho de propiedad. Se traduciría en el uso (*ius utendi*) exclusivo del signo distintivo por parte de integrantes de un colectivo social, para individualizar productos y servicios generados en la misma organización socioproductiva. Pero no tendrá esta el derecho pleno al goce (*ius fruendi*) directo de la marca, ni el derecho a la disposición (*ius abutendi*) de la misma. Estos estarán limitados por cuanto el derecho al goce sólo podrá ser ejercido por los productores de bienes y prestatarios de servicios de la organización socioproductiva a quienes esta ceda esta facultad, pero estos últimos al igual que la misma organización titular del derecho no podrán realizar actos de disposición (venta o hipoteca mobiliaria por ejemplo) en caso alguno del derecho.

El objeto del derecho de exclusiva es entonces un signo distintivo específico para individualizar productos o servicios determinados, para la utilización exclusiva de los integrantes de la organización socioproductiva que la solicitó. La marca o mejor dicho el derecho de uso exclusivo sobre la misma, se otorgaría a la organización pero sólo para el uso exclusivo de sus integrantes, para distinguir productos o servicios determinados, quienes así los diferenciarían de los competidores en el tráfico comercial.

El derecho a ser otorgado por el Estado, una vez cumplidas las condiciones de ley, es de naturaleza colectiva aunque nazca en cabeza de la organización socioproductiva que lo solicitó, por cuanto esta no podrá utilizarlo sino solo transferirlo a sus integrantes, quienes si podrán utilizar la marca para distinguir productos y servicios determinados como se dijo previamente, pero que deberán cumplir para su utilización exclusiva con condiciones preestablecidas.

Esta marca de calidad comunal estaría regida por el denominado Principio de la Especialidad, que establece que el derecho de uso exclusivo del titular se ejerce "sólo sobre los competidores". De esta forma, una organización socio productiva que obtenga una marca para que sus integrantes distingan un

producto o servicio determinado, no podrá impedir que otro colectivo logre un derecho de uso exclusivo sobre la misma marca o parecida, pero para distinguir productos o servicios diferentes, con el objeto de evitar el riesgo de confusión.

Sujeto del derecho en la marca de calidad comunal

El sujeto del derecho o titular de este siempre será un colectivo social para uso exclusivo de sus integrantes:

- Comunas, consejos comunales, cooperativas y otras organizaciones socio productivas locales y territoriales para distinguir y colocar en los mercados local e internacional productos y servicios obtenidos por los integrantes de las mismas.
- Pueblos indígenas y locales.
- Los productores y prestadores de servicios de los colectivos son autorizados por estos para el uso de la marca.
- Podrá igualmente ser solicitada por Gobernaciones y Alcaldías, para el uso exclusivo de productores ubicados exclusivamente en sus jurisdicciones.

Pero la organización colectiva titular del derecho no podrá utilizar directamente la marca para identificar los productos o servicios para los cuales se le concedió. Ello es sólo posible para los productores o prestadores de servicios de la organización. La relación entre estos y el ente colectivo se dará a través de contratos. Los productores o prestatarios de servicios no podrán ceder en caso alguno el derecho conferido por la organización.

Condiciones de los productos y servicios a ser distinguidos

Los productos y servicios a ser individualizados con la marca comunal de calidad, deberán garantizar el cumplimiento de parámetros de calidad ambiental, económica y social, para su individualización mediante la marca concedida.

La marca comunal informará a los consumidores que el producto que lleva la marca cumple con los estándares de calidad establecidos por la organización colectiva titular del derecho sobre marca. Estos estándares son de índole ambiental, económica y social, debiendo estar previstos en el Reglamento de uso de la marca.

Calidad ambiental

Es una noción compleja que encierra entre otros elementos, los siguientes:

- Respeto al entorno.
- Gestión de residuos.
- Minimización de impacto.
- Reducción de contaminación.
- Equilibrio o sustentabilidad entre el desarrollo económico del colectivo
- social con el respeto al ambiente o biodiversidad.
- Necesidad de monitoreo o supervisión por parte del colectivo titular del derecho sobre la marca.

Calidad económica

- Uso de recursos locales en lo posible.
- Modelo de gestión empresarial.
- Marketing o mercadotecnia sostenible.
- Innovación de los productos o servicios a ser distinguidos con la marca.
- Implicación en el desarrollo local.
- Generación de empleo local.

Calidad social: Personas

- Igualdad de oportunidades para los miembros del colectivo.
- Intercooperación entre los miembros.
- Participación igualitaria.
- Formación de Recursos Humanos.
- Competencia leal interna entre los miembros del colectivo.
- Equilibrio económico-social: obtener beneficios para invertir en responsabilidad social.

Gestión para la obtención del derecho sobre la marca de calidad comunal

- La organización socio productiva solicita el derecho de uso exclusivo de una Marca de Calidad Comunal ante el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI), organismo que

integra en Venezuela las actividades que el Estado debe cumplir previstas en la Ley de Propiedad Industrial (1956) y la Ley sobre el Derecho de autor (1963). En el caso de los símbolos de los pueblos y comunidades indígenas, la solicitud se haría ante el Registro General del Patrimonial de acuerdo con la Ley del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas.

- El SAPI o el señalado Registro luego de realizar exámenes de forma y fondo (descartada similitud o parecido con otra marca registrada o solicitada) y no haberse interpuesto oposición, otorga el derecho sobre la marca a la organización colectiva que la solicitó para el uso exclusivo de sus integrantes para diferenciar determinados productos o servicios. Cumplidas todas las condiciones el SAPI no podrá negar el derecho invocado.
- El SAPI podrá revocar de oficio o a petición de parte el uso exclusivo de la Marca otorgada, si no se cumplen las disposiciones previstas en leyes y el Reglamento de la Marca.

Gestión interna para el uso de la marca de calidad comunal

Los productores y prestatarios de servicios interesados que integran la organización socioproductiva que obtuvo el derecho al uso exclusivo de la marca de calidad comunal, solicitarán individualmente autorización para el uso de la misma a la propia organización, la cual será responsable del cumplimiento por parte de estos de todas las disposiciones previstas en leyes y el Reglamento de Uso de la Marca, pudiendo ésta revocar la autorización cuando los productos o servicios no cumplan con las disposiciones de dicha normativa. Esta relación se materializará a través de contratos o licencias escritas.

Estos contratos permiten al titular del derecho hacer cumplir las normas de calidad denegando licencias o revocándolas a los miembros que las incumplan. Si no se controla el uso de la marca se socava la confianza de los consumidores, quienes al percibir disminución de calidad de los productos o servicios buscarán alternativas. En la práctica estas marcas serían similares a las “marcas de certificación”, cuya función es la de garantizar que los productos o servicios que distinguen se encuentran dentro de los patrones o estándares preestablecidos por su titular y que además hay un sometimiento a un control previo y continuado por éste (OMPI, 2013).

Cada marca comunal de calidad deberá contar con un Reglamento específico para su uso, donde se establecerán parámetros que deberán

cumplir los bienes y servicios a ser distinguidos con las mismas. Esas condiciones dependerán en todo caso de la naturaleza de los productos y servicios a ser distinguidos con la marca, pero el Reglamento deberá seguir los parámetros generales de calidad ambiental, económica y social mencionados anteriormente.

PROYECTO DE LEY SOBRE LA MARCA DE CALIDAD COMUNAL

La implementación en Venezuela de una marca de calidad comunal como la planteada anteriormente, requiere necesariamente de una ley, por cuanto la propiedad intelectual en general es materia de “reserva legal” (solo puede establecerse y modificarse mediante acto legislativo) por disposición expresa del artículo 98 de la Constitución, transcrito anteriormente.

A continuación presentamos los aspectos generales de un proyecto de Ley de marcas de calidad comunal.

La Asamblea Nacional
de la República Bolivariana de Venezuela

Decreta la siguiente,

LEY DE MARCAS DE CALIDAD COMUNAL

Capítulo I

Disposiciones Generales

Objeto

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto coadyuvar al desarrollo del sistema económico comunal, por medio del otorgamiento de marcas de calidad a las organizaciones socioproductivas y otras formas asociativas que participen en dicho sistema, para la identificación e individualización de productos y servicios elaborados o comercializados por estas, bien a través de procedimientos fabriles o artesanales.

Marcas de Calidad Comunal

Artículo 2. Son los signos distintivos gráficos integrados por palabras, figuras o emblemas, o la combinación de estos elementos, que permitan individualizar productos y servicios de organizaciones socioproductivas, creadas de conformidad con las leyes.

Ámbito de Aplicación

Artículo 3. Podrán solicitar y obtener el derecho a la utilización exclusiva de una marca de calidad comunal las organizaciones socioproductivas domiciliadas en el espacio geográfico del país, entendiéndose por estas a las previstas como tales en la Ley del Sistema Económico Comunal, así como a comunidades organizadas, cooperativas, consejos comunales, comunas y todas las instancias y expresiones del Poder Popular y de igual manera los pueblos y comunidades indígenas. Podrán asimismo solicitar esta categoría de marcas las asociaciones civiles y fundaciones sin fines de lucro constituidas de conformidad con el Código Civil, que sean calificadas por el Registro de la Propiedad Industrial como de finalidad esencialmente social.

Parágrafo Único: Dos o más organizaciones socioproductivas podrán solicitar el derecho de uso exclusivo sobre una misma marca de calidad comunal, siempre que cumplan con los extremos establecidos en la presente Ley.

Organismo Nacional Competente

Artículo 4. El Registro de la Propiedad Industrial del Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual del Ministerio del Poder Popular con competencia en la materia de comercio, es el órgano competente para en nombre del Estado otorgar las marcas de calidad comunal solicitadas que cumplan con todas las disposiciones previstas en la presente Ley.

Competencias

Artículo 5. El Registro de la Propiedad Industrial del Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual tendrá adicionalmente las siguientes atribuciones:

1. Recibir las solicitudes de marcas de calidad comunal y llevar los procedimientos correspondientes hasta su otorgamiento o negación.
2. Sustanciar las oposiciones previstas en esta Ley formuladas contra las solicitudes de marcas de calidad comunal.
3. Declarar la nulidad y la caducidad de derechos de utilización exclusiva de las marcas de calidad comunal en los casos previstos en las leyes.
4. Llevar un registro especial de las marcas de calidad comunal.
5. Asistir a las organizaciones socioproductivas y pueblos y comunidades indígenas interesadas para la obtención de las marcas de calidad comunal.
6. Cualquier otra prevista en la presente u otras leyes.

De las Solicitudes

Artículo 6. Las solicitudes de marcas de calidad comunal se presentarán ante el Registro de la Propiedad Industrial en las formas especiales que este

organismo disponga para ello, bien en forma física o digital a través de la red de información y comunicación telemática. Las solicitudes recibidas quedarán inscritas con la fecha, hora y minuto de su entrada. Su recepción genera para el interesado un derecho de prelación sobre cualquier solicitud posterior de marcas similares o parecidas. El derecho de uso exclusivo se obtendrá en el momento del otorgamiento del mismo por parte del Registro de la Propiedad Industrial mediante Resolución.

Las solicitudes deberán estar acompañadas de documentación que evidencie la constitución o existencia de la organización socioproductiva o comunidad solicitante y suscritas por el o los representantes legales.

En el caso de los pueblos y comunidades indígenas, estos podrán solicitar el registro como marca de calidad comunal del símbolo autóctono previsto para la identificación de bienes y servicios de estos en la Ley del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas.

Las solicitudes de la marca de calidad comunal deberán estar acompañadas del Reglamento de Uso de la marca de calidad comunal específica.

Reglamento de Uso

Artículo 7. El Reglamento de Uso de la marca de calidad comunal deberá ser aprobado por el Registro de la Propiedad Industrial y contendrá:

- 1) La denominación o nombre de la organización solicitante;
- 2) Domicilio;
- 3) Objeto de la organización de productores o prestadores de servicios;
- 4) Descripción completa de la marca de calidad comunal solicitada;
- 5) Aprobación interna del Reglamento de Uso de la marca de calidad comunal solicitada por la organización;
- 6) Condiciones y requisitos de afiliación de los productores o prestadores de servicios a la organización solicitante de la marca de calidad comunal;
- 7) Descripción de los productos o servicios a ser distinguidos por la marca de calidad comunal solicitada y del modo de obtención o fabricación y prestación de los mismos;
- 8) Cualidades comunes que deben presentar los productos y/o servicios referidos en cuanto a la calidad ambiental, económica y social. En cuanto a la calidad ambiental deberán considerarse entre otros: respeto al entorno, gestión de residuos, minimización de impacto, reducción de contaminación, equilibrio o sustentabilidad entre el desarrollo económico del colectivo social con el respeto al ambiente o biodiversidad. En materia de calidad económica: uso de recursos locales en lo posible, modelo de gestión empresarial, marketing o mercadotecnia sostenible, innovación de los productos o

servicios a ser distinguidos con la marca, implicación en el desarrollo local, generación de empleo local. La calidad social deberá tomar en cuenta: igualdad de oportunidades para los miembros del colectivo, intercooperación entre los miembros, participación igualitaria, formación de Recursos Humanos, competencia leal interna entre los miembros del colectivo, equilibrio económico-social: obtener beneficios para invertir en responsabilidad social.

9) Reglas y demás condiciones a que debe sujetarse el uso de la marca de calidad comunal por las personas autorizadas a su uso;

10) Mecanismos de supervisión y verificación para el control del uso de la marca de calidad comunal, conforme a las reglas y condiciones referidas precedentemente;

11) Infracciones y correspondientes sanciones por el uso de la marca en forma distinta de lo regulado en el reglamento, incluyendo la suspensión, cancelación temporal o definitiva de la autorización de uso;

12) Procedimientos para la aplicación de las sanciones previendo el derecho a la defensa de los sancionados;

13) Otros elementos que establezca el Registro de la Propiedad Industrial.

Modificación del Reglamento

Artículo 8. Las modificaciones del Reglamento de Uso de una marca de calidad comunal otorgada serán aprobadas por el Registro de la Propiedad Industrial.

Unidad de las Solicitudes

Artículo 9. Salvo el caso de las artesanías, las solicitudes de marcas de calidad comunal de harán de conformidad con las clases del nomenclador legal de productos y servicios que utiliza el Registro de la Propiedad Industrial, el cual procederá a la concesión del derecho cuando resulte procedente. En cada solicitud podrán incluirse sólo productos o servicios pertenecientes a una clase del nomenclador legal. El derecho de uso exclusivo lo otorgará el Registro de la Propiedad Industrial mediante certificados de registro otorgados a nombre de la organización socioproductiva solicitante.

Artesanías

Artículo 10. Si la solicitud versa sobre productos artesanales se deberán describir estos en la correspondiente solicitud, pudiendo agregarse otros posteriormente antes o después del otorgamiento del derecho. Artesanía a los efectos de la presente ley, se refiere a una amplia variedad de objetos útiles o decorativos hechos completamente a mano o mediante el uso de herramientas simples tomando en cuenta la habilidad de las personas que los elaboran.

Incluye trabajos con textiles, papel, fibras vegetales, plásticos, materiales moldeables y rígidos en general, etcétera.

Publicación y Oposición

Artículo 11. Las solicitudes de marcas de calidad comunal serán publicadas en el Boletín de la Propiedad Industrial, para abrir a partir de la fecha del mencionado instrumento un lapso de oposición único de treinta (30) días hábiles. Las oposiciones se presentarán por considerar el presentante que la marca solicitada no cumple con los postulados de la presente Ley o se encuentra entre las prohibiciones previstas para su registro como marcas comerciales en la Ley de Propiedad Industrial. El Registro de la Propiedad Industrial resolverá las oposiciones que se presenten contra las marcas de calidad comunal en el lapso de tres (3) meses contados a partir de la notificación de su interposición al solicitante a través del Boletín de la Propiedad Industrial. La resolución que se dicte al efecto será recurrible por reconsideración dentro del plazo de treinta (30) días hábiles de notificada mediante el mencionado Boletín. La resolución dictada en estos casos agotará la vía administrativa.

Otorgamiento del Derecho

Artículo 12. De presentarse oposición y considerar el Registro de la Propiedad Industrial que la marca de calidad comunal puede ser inscrita por cuanto cumple con todos los requisitos de ley, procederá a otorgar el derecho a la organización socioproductiva solicitante. La resolución correspondiente será publicada en el Boletín de la Propiedad Industrial. El derecho de uso exclusivo de la marca de calidad comunal solicitada se obtiene a partir de la fecha de su otorgamiento.

Alcance del Derecho

Artículo 13. El derecho otorgado permitirá a la organización socioproductiva titular del mismo el uso exclusivo de la marca de calidad comunal objeto de este, con el fin de cederlo a productores y prestatarios que integran dicha organización para la individualización de los productos y servicios para los cuales fue otorgada en el tráfico comercial. Ni la organización ni los beneficiarios señalados podrán transferir las facultades señaladas en este artículo.

Duración del Derecho

Artículo 14. El derecho de uso exclusivo de la marca de calidad comunal por parte de la organización socioproductiva que la solicitó se extiende por

un período de quince (15) años a contar de la fecha de su otorgamiento. El derecho podrá renovarse por períodos de igual duración a petición de la organización socioproductiva titular del mismo, realizada con una antelación de seis (6) meses antes de la fecha de vencimiento del período original o de las prórrogas otorgadas. Vencido este lapso, la organización titular del derecho tendrá un período de gracia de seis (6) meses posteriores a la fecha de vencimiento para solicitar la renovación, previo pago de los aranceles correspondientes.

Prohibiciones de Registro

Artículo 15. No podrán otorgarse como marcas de calidad comunal aquellas que califiquen a juicio del Registro de la Propiedad Industrial en algunas de las prohibiciones previstas en la Ley de Propiedad Industrial para su registro como marcas comerciales. Asimismo, no podrán registrarse aquellas que a juicio del Registro de la Propiedad puedan confundirse con una marca o denominación comercial registrada o solicitada, así como aquellas cuya organización socioproductiva solicitante no tenga al menos cinco (5) productores o prestatarios de servicios como miembros, lo cual deberá evidenciarse ante el Registro de la Propiedad Industrial.

Productores y Prestatarios de Servicios

Artículo 16. La organizaciones socioproductivas titulares de derechos sobre marcas de calidad comunal, permitirán el uso intransferible de estas a los productores o prestatarios de servicios que la integran mediante contratos o licencias de uso, donde se establecerán las condiciones que regirán esta relación. Los Reglamentos de Uso de las respectivas marcas formarán en todo caso parte integrante de los contratos de uso, los cuales tendrán una duración de cinco (5) años a partir de la firma de los mismos por ambas partes, renovables por períodos similares por acuerdo entre las partes.

Parágrafo Uno: Las organizaciones socioproductivas podrán revocar el uso de la marca respectiva a los productores o prestatarios de servicios que incumplan con el Reglamento de Uso correspondiente u otras condiciones acordadas en los contratos, quienes podrán recurrir de dicha decisión ante el Registro de la Propiedad Industrial en un lapso de quince (15) días hábiles a contar de la fecha de notificación de la misma. La decisión del Registro de la Propiedad Industrial agota la vía administrativa.

Parágrafo Dos: Las organizaciones socioproductivas titulares de derechos sobre las marcas de calidad comunal, presentarán al Registro de la Propiedad Industrial el listado de productores o prestatarios de servicios autorizados

para el uso exclusivo de la marca de calidad comunal correspondiente. Este listado deberá ser actualizado periódicamente. Igualmente, deberán comunicar al citado Registro las revocaciones de uso de la marca.

Parágrafo Tres: Las organizaciones socioproductivas podrán establecer tarifas relativas a las remuneraciones a percibir como contraprestación por la cesión de los derechos de uso sobre las marcas de calidad comunal a sus productores de bienes y prestatarios de servicios. Estas tarifas podrán ser modificadas cada dos (2) años y deberán en todo ser aprobadas por el Registro de la Propiedad Industrial, el cual las publicará en el Boletín de la Propiedad Industrial.

Defensa del Derecho

Artículo 17. El titular o cotitulares de un derecho protegido en virtud de esta Ley podrán entablar acción ante un Tribunal de Primera Instancia con competencia en lo Civil y Mercantil contra cualquier persona que infrinja su derecho, para lo cual deberá seguirse en todo lo no previsto en esta Ley, el proceso ordinario previsto en el Código de Procedimiento Civil. Igualmente, podrá actuar contra quien ejecute actos que manifiesten la inminencia de una infracción.

Parágrafo Uno: En caso de cotitularidad de un derecho, cualquiera de los cotitulares podrá entablar la acción contra una infracción sin, que sea necesario el consentimiento de los demás, salvo acuerdo en contrario entre los cotitulares.

Parágrafo Dos: Cualquiera de los productores de bienes o prestatarios de servicios cuya marca de calidad comunal está siendo infringida, podrán igualmente iniciar la acción prevista en este artículo, sin que sea necesario el consentimiento de la o las organizaciones socioproductivas titulares del derecho.

Artículo 18. El demandante o denunciante podrá solicitar a la autoridad judicial competente que se ordenen, entre otras, una o más de las siguientes medidas:

- a) el cese de los actos que constituyen la infracción;
- b) la indemnización de daños y perjuicios;
- c) el retiro de los circuitos comerciales de los productos resultantes de la infracción, incluyendo los envases, embalajes, etiquetas, material impreso o de publicidad u otros materiales, así como los materiales y medios que sirvieran predominantemente para cometer la infracción;
- d) la prohibición de la importación o de la exportación de los productos, materiales o medios referidos en el literal anterior;

- e) la adjudicación en propiedad de los productos, materiales o medios referidos en el literal c), en cuyo caso el valor de los bienes se imputará al importe de la indemnización de daños y perjuicios;
- f) la adopción de las medidas necesarias para evitar la continuación o la repetición de la infracción, incluyendo la destrucción de los productos, materiales o medios referidos en el literal c) o el cierre temporal o definitivo del establecimiento del demandado o denunciado; o,
- g) la publicación de la sentencia condenatoria y su notificación a las personas interesadas, a costa del infractor.

Tratándose de productos que ostenten una marca falsa, la supresión o remoción de la marca deberá acompañarse de acciones encaminadas a impedir que se introduzcan esos productos en el comercio.

Cálculo de Daños y Perjuicios

Artículo 19. Para efectos de calcular la indemnización de daños y perjuicios se tomarán en cuenta, entre otros, los criterios siguientes:

- a) el daño emergente y el lucro cesante sufrido por el titular del derecho como consecuencia de la infracción;
- b) el monto de los beneficios obtenidos por el infractor como resultado de los actos de infracción; o,
- c) el precio que el infractor habría pagado por concepto de una licencia contractual, teniendo en cuenta el valor comercial del derecho infringido y las licencias contractuales que ya se hubieran concedido.

Prescripción de la Acción

Artículo 20. La acción por infracción prescribirá a los dos años contados desde la fecha en que el titular del derecho tuvo conocimiento de la infracción.

Medidas Cautelares

Artículo 21. Quien inicie o vaya a iniciar una acción por infracción podrá pedir a la autoridad judicial competente que ordene medidas cautelares inmediatas con el objeto de impedir la comisión de la infracción, evitar sus consecuencias, obtener o conservar pruebas, o asegurar la efectividad de la acción o el resarcimiento de los daños y perjuicios. Las medidas cautelares podrán pedirse antes de iniciar la acción, conjuntamente con ella o con posterioridad a su inicio.

La autoridad judicial podrá ordenar, entre otras, las siguientes medidas cautelares:

- a) el cese inmediato de los actos que constituyan la presunta infracción;
- b) el retiro de los circuitos comerciales de los productos resultantes de la presunta infracción, incluyendo los envases, embalajes, etiquetas, material impreso o de publicidad u otros materiales, así como los materiales y medios que sirvieran predominantemente para cometer la infracción;
- c) la suspensión de la importación o de la exportación de los productos, materiales o medios referidos en el literal anterior;
- d) la constitución por el presunto infractor de una garantía suficiente; y,
- e) el cierre temporal del establecimiento del demandado cuando fuese necesario para evitar la continuación o repetición de la presunta infracción.

Artículo 22. Una medida cautelar sólo se ordenará cuando quien la pida acredite su legitimación para actuar, la existencia del derecho otorgado e infringido y presente pruebas que permitan presumir razonablemente la comisión de la infracción o su inminencia. La autoridad judicial competente podrá requerir que quien pida la medida otorgue caución o garantía suficientes antes de ordenarla.

Quien pida una medida cautelar respecto de productos o servicios determinados deberá suministrar la información necesaria y una descripción suficientemente detallada y precisa para que los productos o servicios presuntamente infractores puedan ser identificados.

Artículo 23. Cuando se hubiera ejecutado una medida cautelar sin intervención de la otra parte, ella se notificará a la parte afectada inmediatamente después de la ejecución. La parte afectada podrá recurrir ante la autoridad nacional competente para que revise la medida ejecutada.

Salvo norma interna en contrario, toda medida cautelar ejecutada sin intervención de la otra parte quedará sin efecto de pleno derecho si la acción de infracción prevista en esta Ley, no se iniciara dentro de los diez (10) días hábiles siguientes contados desde la ejecución de la medida.

La autoridad judicial competente podrá modificar, revocar o confirmar la medida cautelar.

Aranceles

Artículo 24. Quedan exentas del pago de aranceles las organizaciones socioproductivas que soliciten y obtengan el derecho previsto en la presente Ley para distinguir artesanías. En los restantes casos, las organizaciones

socioproductivas cancelarán el cincuenta por ciento (50 %) establecido legalmente como arancel para solicitudes y obtención de marcas comerciales individuales.

Parágrafo Único: El Registro de la Propiedad Industrial podrá exonerar del pago de arancel por la solicitud y obtención de una marca de calidad comunal a organizaciones socioproductivas que produzcan y presten bienes y servicios calificados de primera necesidad por parte de las autoridades competentes venezolanas en materia de precios.

REFERENCIAS

- Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (2013). *La marca de calidad territorial. Origen y fundamentos*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.calidadterritorial.es/mct/index.htm>. [Consulta: 2013, Marzo 21].
- Astudillo Gómez, Francisco. (2011). *Naturaleza jurídica compleja de los bienes inmateriales y los derechos de propiedad intelectual*. Estudios en homenaje a Mariano Uzcátegui Urdaneta. Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad de Los Andes. Academia de Ciencias Políticas y Sociales. Mérida, Venezuela: Talleres Gráficos Universitarios de la Universidad de Los Andes.
- OMPI. (2013). *Las marcas colectivas*. [Documento en línea]. Disponible: http://www.wipo.int/sme/es/ip_business/collective_marks/collective_marks.htm. [Consulta: 2013, Marzo 7].
- OMPI. (2013). *Marcas de certificación*. [Documento en línea]. Disponible: http://www.wipo.int/sme/es/ip_business/collective_marks/certification_marks.htm. [Consulta: 2013, Marzo 7].