

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PROPIEDAD
INTELECTUAL

”ESTUDIO COMPARADO DE LOS MECANISMOS UTILIZADOS EN LAS OFICINAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL DE ESPAÑA, PERÚ Y VENEZUELA, PARA MITIGAR EL IMPACTO NEGATIVO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19, EN EL NÚMERO DE SOLICITUDES DE MARCAS PRESENTADAS”

Autor:

Herrera Landaeta, Mariajosé, CI V-24.217.607

Asesora:

Angulo Celis, Annet

Caracas, Febrero 2022

CARTA DE CONFIRMACIÓN DEL ASESOR

Quien suscribe, **ANNET ANGULO CELIS**, C.I. N° **V-12.958.442**, **APRUEBO EL TRABAJO ESPECIAL DE GRADO** presentado por el estudiante Herrera Landaeta, Mariajosé, CI V-24.217.607, cursante de la **Especialización en Propiedad Intelectual (EPROI)**, en la realización del Trabajo Especial de Grado titulado "ESTUDIO COMPARADO DE LOS MECANISMOS UTILIZADOS EN LAS OFICINAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL DE ESPAÑA, PERÚ Y VENEZUELA, PARA MITIGAR EL IMPACTO NEGATIVO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19, EN EL NÚMERO DE SOLICITUDES DE MARCAS PRESENTADAS", al cual me comprometí en orientar desde el punto de vista técnico y en reciprocidad el estudiante siguió los lineamientos y sugerencias que se le realizaron, de acuerdo con los requisitos exigidos por el Reglamento de Postgrado de la Universidad Monteávila.



Firma del Asesor

DATOS DEL ASESOR:

Nombre: Annet Angulo Celis

Cédula: V-12.958.442

Teléfono: 0412-2302577

E- mail: aangulo@profesor.uma.edu.ve / annetteangulo@gmail.com

A mis padres...

COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN PROPIEDAD

INTELECTUAL

Estudio comparado de los mecanismos utilizados en las oficinas de Propiedad Industrial de España, Perú y Venezuela, para mitigar el impacto negativo de la pandemia del covid-19, en el número de solicitudes de marcas presentadas

Autor: Herrera Landaeta, Mariajosé

Asesor: Angulo Celis, Annet

Año: 2022

RESUMEN

El presente trabajo de grado desarrolla la problemática enfrentada por el sistema de marcas venezolano con ocasión a la pandemia COVID-19, específicamente el impacto que tuvieron las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional, para la prevención de la enfermedad en el número de solicitudes de marcas presentadas ante la Oficina de Marcas venezolana. Se hará una comparación con las medidas adoptadas por las oficinas de marcas España, Perú y Venezuela, su experiencia durante esta época y su impacto en el ingreso de nuevas solicitudes. El resultado del presente trabajo de grado será un Manual de recomendaciones dirigido al Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI) enfocado en hacer más efectivo el sistema de solicitudes de marcas a los fines de promover y/o incentivar la presentación de solicitudes de marcas en el país, basado en la experiencia y la estructura llevada a cabo por las oficinas de registro de España y Perú.

Línea de Trabajo: Marcas

Palabras clave: incentivos, mecanismos de mejora, tecnología, nuevos instrumentos de protección, solicitudes de marcas, pandemia, COVID-19, España, Perú, Venezuela.

COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN PROPIEDAD

INTELECTUAL

Estudio comparado de los mecanismos utilizados en las oficinas de Propiedad Industrial de España, Perú y Venezuela, para mitigar el impacto negativo de la pandemia del covid-19, en el número de solicitudes de marcas presentadas

Autor: Herrera Landaeta, Mariajosé

Asesor: Angulo Celis, Annet

Año: 2022

ABSTRACT

The present work develops the problems faced by the Venezuelan trademark system during the COVID-19 pandemic, specifically the impact that the measures adopted by the National Government for the prevention of the disease had on the number of trademark applications filed before the Venezuelan Trademark Office. A comparison will be made with the measures adopted by the trademark offices of Spain, Peru and Venezuela, their experience during this period and their impact on the entry of new applications. The result of this graduate work will be a Manual of recommendations addressed to the Autonomous Service of Intellectual Property (SAPI) focused on making the trademark application system more effective in order to promote and/or encourage the filing of trademark applications in the country, based on the experience and the structure carried out by the registration offices of Spain and Peru.

Línea de Trabajo: Trademarks

Palabras clave: incentives, enhancement mechanisms, technology, new protection tools, trademark applications, pandemic, COVID-19, España, Perú, Venezuela.

Índice

CONTENIDO	Página
Acrónimos y siglas	8
Introducción	9
CAPITULO I. EL PROBLEMA	10
I. Planteamiento del problema	11
II. Objetivos:	15
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
III. Justificación del proyecto	16
IV. Alcance del trabajo	17
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	18
I. Antecedentes de la investigación	19
II. Bases legales	23
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL	27
CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO	31
I. Descripción del marco metodológico	32
II. Instrumentos y herramientas de investigación	34
CAPITULO V RESULTADOS	37
I. Resultados preliminares	38
Objetivo específico: Determinar cuáles fueron las estrategias adoptadas por las Oficinas de marcas para mitigar el declive en el número de solicitudes presentadas durante el COVID-19 en los meses comprendidos entre marzo 2020 y marzo 2021.	38
Objetivo específico: Determinar cuál fue la tendencia a nivel global de cada Oficina de Registro de Marcas con respecto a los años anteriores.	52
Objetivo específico: Identificar cuál ha sido el rubro y/o clase internacional con mayor crecimiento y disminución en el número de solicitudes en cada país.	56
Objetivo específico: Determinar cuáles de las estrategias adoptadas por las diferentes Oficinas de Marcas pueden ser adoptadas en Venezuela a los fines de fomentar el registro, de acuerdo a la legislación nacional vigente y los planes económicos de desarrollo y fortalecimiento de la PI Venezuela.	60
CAPITULO V. DESARROLLO DE LA PROPUESTA O PRODUCTO	65
I. Esquema de la propuesta	66
CAPITULO VI. PRODUCTO	67
CAPÍTULO VII. ANEXOS	94
I. Entrevistas	95
Maria Alejandra Castillo	95

CONTENIDO	Página
Jorge Allende	99
Carolina Jiménez	103
II. Estadísticas	109
Tendencia de solicitudes de marcas en España	109
Tendencia de solicitudes de marcas en Venezuela	111
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113

Acrónimos y siglas

COVID-19	Coronavirus de 2019
EUIPO	Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
MYPES	Medianas y Pequeñas Empresas
OEPM	Oficina Española de Patentes y Marcas
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OMS	Organización Mundial de la Salud
PI	Propiedad Intelectual
PCR	Prueba de Proteína C Reactiva
PDF	Formato de documento portátil
RIF	Registro de Información Fiscal
SAPI	Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual

Introducción

La temática seleccionada para el desarrollo del presente Trabajo Especial de Grado surge debido a la preocupación de las consecuencias que trajo consigo la llegada del COVID-19 a cada uno de los países del mundo, pero especialmente a Venezuela. No resulta ajeno decir, que prácticamente todas las áreas en las que se desenvuelve el ser humano se han visto sumamente afectadas producto de la llegada de la pandemia, tal es el grado de cambio que los miembros de la primera cohorte de la Especialización en Propiedad Intelectual de la Universidad Monteávila, así lo constataron de primera mano, realizaron la integridad de sus estudios en modalidad virtual, sin conocerse en persona y en varios casos sin siquiera conocer sus caras. Esta es solo uno de los indicios de la gran cantidad de cambios a los que se ha sometido la humanidad.

La Propiedad Intelectual, las respectivas oficinas nacionales, los funcionarios públicos que desempeñan funciones en el área y los usuarios interesados en obtener la protección de activos intangibles no se encuentran exentos de estos cambios. Es por ello que el presente Trabajo Especial de Grado trata de encontrar cuáles fueron esos cambios a los que se vio sometido el sistema de solicitud de marcas de España, Perú y Venezuela, los mecanismos empleados por las primeras dos oficinas de registro de marcas para enfrentar los retos que el COVID-19 trajo consigo, cuáles de estas medidas fueron exitosas y cuáles de estas medidas son aplicables y replicables en el caso venezolano, he aquí el resultado de ello.

CAPITULO I EL PROBLEMA

I. Planteamiento del problema

La pandemia ocasionada por el COVID-19 en Venezuela y en el mundo ha generado un sin número de consecuencias en la actividad económica mundial, ha cambiado la vida de los ciudadanos en una diversa cantidad de maneras y el área de la propiedad intelectual no se encuentra exenta de las consecuencias generadas por esta crisis mundial. El presente trabajo de grado pretende dar a conocer el alcance que ha tenido esta crisis tanto en Venezuela como en España y Perú específicamente, comparándole con el número de solicitudes de marcas presentadas ante estas oficinas de registro de marcas y como resultado de ello, ofrecer un Manual de Recomendaciones adaptado al ordenamiento jurídico venezolano que permita mitigar las consecuencias basados en la experiencia y las medidas adoptadas por las oficinas de marcas extranjeras.

De la temática seleccionada se encontró lo siguiente: después de haber acudido a diversas fuentes para tomar el pulso de la situación que se vive en las diversas latitudes del planeta, encontramos que – según (Drivas, 2020) de acuerdo a la data ofrecida por la Oficina de Marcas europea, se encontró se halló que no hubo una variación significativa en el número de solicitudes de marcas presentadas entre los años 2019 y 2020, sin embargo en el mes de junio se encontró un considerable aumento en las solicitudes de marca presentadas en el Unión Europea, dicho continente nos presenta un caso particular puesto que las marcas en esta región son auténtico reflejo de la actividad económica real, debido a que de acuerdo al Artículo 18 de la Regulación 2017/1001 del Parlamento Europeo del consejo del 14 de junio de 2017 sobre la marca de la Unión Europea, aquel propietario que no haya puesto en uso genuino una marca de la Unión Europea, en conexión con los bienes y servicios para los que fue registrada, estará sujeto a sanciones previstas en dicha regulación, de allí que no sorprenda que la cantidad de marcas solicitadas se haya mantenido sin mayor variación durante los primeros meses del año 2020 y que a partir del mes de julio de 2020 haya presentado un incremento, lo cual indica de forma clara y directa que ciertos sectores económicos han retomado e inclusive remontado en la

actividad económica, debido a que para estas fechas la gran mayoría de los países de la región levantaron las medidas de confinamiento.

Aun cuando el presente Trabajo Especial de Grado basa su análisis comparativo en las medidas adoptadas en España, Perú y Venezuela, considera oportuno el autor hacer un análisis rápido de la situación en otros países. En este sentido podemos señalar que, respecto al caso anterior, nos encontramos con el caso de China, que siendo uno de los países con más estricto control en cuanto al distanciamiento social durante los primeros meses del 2020, llama la atención que se han presentado un mayor número de solicitudes de marcas, ante la oficina de registro de China, que las que se presentaron durante el año 2019, dicho incremento podría deberse al amplio apoyo que ha ofrecido el gobierno chino durante los primeros meses de la pandemia - según Huang (2020)- sin embargo tomará algo de tiempo determinar si efectivamente dichos incentivos económicos son lo que impulsaron la presentación de solicitudes de marca o si dicho comportamiento atiende a distintas circunstancias.

Otros países que han experimentado un incremento, no tan pronunciado, en el número de solicitudes presentadas son Alemania e Italia, el primer país implementó en sus inicios medidas de control bastante flexibles en cuanto a la cuarentena, mientras que el segundo fue uno de los primeros países en verse afectado después de China por la llegada del Coronavirus, y el cual ha presentado un aumento en el número de solicitudes de marcas presentadas durante el año 2020, por lo que aún es difícil determinar cuál es el factor decisivo en la tendencia presentada en estos dos países.

La situación es completamente contraria en países como Brasil y Canadá, en los que se ha experimentado una disminución de presentación de solicitudes de registro marcarios. De acuerdo a lo anterior, parece no encontrarse aún un patrón cierto entre las variaciones en el número de solicitudes presentadas y las medidas tomadas como previsión ante la pandemia.

Por otra parte, en cuanto a las variaciones en las clases en que fueron presentadas las solicitudes de marcas, de acuerdo a la Oficina de Propiedad Intelectual de Propiedad Intelectual en los sucesivo EUIPO efectivamente se han mostrado variaciones en las áreas en las que se ha solicitado la protección marcaria en comparación con el año 2019, la primera de ellas siendo que hubo un incremento significativo en las solicitudes de marcas presentadas en las clases 5 y 10 que comprenden productos farmacéuticos y equipos médicos, un área que a causa de la pandemia ha sufrido una gran expansión debido a la necesidad inmediata de materiales que permitan proteger, tratar y prevenir el Coronavirus. La misma tendencia no se encontró en los servicios protegidos por la clase 41, relacionados al entretenimiento, esta área del sector de servicios experimentó una mayor disminución en la cantidad de solicitudes.

Interesante hallazgo se aprecia en la clase 3 internacional la cual distingue productos de limpieza y cosméticos, esta clase también experimentó una disminución, lo cual resulta curioso debido a que una de las mayores recomendaciones a la hora de prevenir el Coronavirus es esterilizar y desinfectar todas aquellas superficies u objetos con los que podamos estar en contacto, así como también de nuestros propios cuerpos, lo anterior de acuerdo al informe de Estadísticas de la EUIPO en las marcas comerciales de la Unión Europea.

Otro hallazgo que vale la pena mencionar en cuanto a las áreas de solicitud de marcas que presentaron variaciones en la Unión Europea, es que hubo una disminución de las solicitudes de marcas para distinguir servicios, y entre estas sufrieron mayor disminución aquellas que requieren la presencia física del personal en comparación con aquellos servicios que se llevan a cabo a través de interacciones remotas, esta tendencia fue reconocida durante los primeros meses de la pandemia.

Ahora bien teniendo la certeza que efectivamente el sistema de marcas a nivel mundial se vio afectado por la pandemia ocasionada por el COVID-19 las interrogantes que surgen como consecuencia de ello son ¿Cuáles fueron esas variaciones? ¿Cuáles fueron las medidas

adoptadas por las diferentes oficinas de marca objeto de estudio para lidiar con la situación? y ¿Cuáles de esas medidas, son aplicables en Venezuela a los fines de enfrentar no solo esta situación generada por el COVID-19, si no también realizar todos los ajustes necesarios para hacer más efectivo el sistema de solicitudes de marcas en el país?

Las interrogantes anteriores se plantean con el objetivo de ofrecer al Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual en lo sucesivo SAPI una serie de recomendaciones o herramientas, adaptadas al ordenamiento jurídico nacional vigente a los fines de hacer más efectivo, menos engorroso y más eficaz el proceso de solicitud de marcas en nuestro país.

II. Objetivos del proyecto

Objetivo general:

Determinar los mecanismos adoptados por las diversas Oficinas de Marcas en los países seleccionados en el marco de esta investigación y las tendencias que se presentaron durante el COVID-19, a los fines de poder generar las recomendaciones que fundamentadas en la experiencia y el cumplimiento a la legislación vigente podría adoptar la Oficina de Marcas de Venezuela, para mejorar e incentivar la protección de las marcas en nuestro país a la luz de esta o cualquier situación especial que se presente.

Objetivos específicos:

- 1) Determinar cuáles fueron las estrategias adoptadas por las Oficinas de Marcas para mitigar el declive en el número de solicitudes presentadas durante el COVID-19 en los meses comprendidos entre marzo 2020 y diciembre 2021
- 2) Determinar cuál fue la tendencia a nivel global de cada Oficina de Registro de Marcas con respecto a los años anteriores.
- 3) Identificar cuál ha sido el rubro y/o clase internacional con mayor crecimiento y disminución en el número de solicitudes en cada país.
- 4) Determinar cuáles de las estrategias adoptadas por las diferentes Oficinas de Marcas pueden ser adoptadas en Venezuela a los fines de fomentar el registro, de acuerdo a la legislación nacional vigente y los planes económicos de desarrollo y fortalecimiento de la PI en Venezuela.

III. Justificación del proyecto

El proyecto que se plantea, se hace atendiendo a la necesidad de los involucrados con el sistema marcario nacional, a saber, profesionales dedicados al ejercicio de la propiedad intelectual especialmente en el área de las marcas, los titulares de derechos, los potenciales titulares de derechos, la Oficina de Marcas venezolana e inclusive organizaciones internacionales interesadas.

Con el presente proyecto, se ilustrará la grave situación en la que se encuentra el sistema marcario venezolano, se establecerán comparaciones con las oficinas de marcas España y Perú, es decir con la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), esto con el objetivo de ofrecer un Manual de Recomendaciones que permitan la aplicación de diversas estrategias y propuestas de medidas que permitan a la Oficina de Marcas venezolana encaminarse a alcanzar los estándares de estos países y más importante aún, los estándares de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en lo sucesivo (OMPI).

IV. Alcance del trabajo

El alcance del presente trabajo de grado se encuentra dirigido al SAPI y autoridades que lo componen, sin embargo de ser adoptadas las recomendaciones que se ofrecen producto del presente trabajo de grado los beneficiados serán todas aquellas involucradas con el sistema de marcas nacional, tanto titulares extranjeros como nacionales, pequeños y grandes empresarios

La adopción de las medidas que se proyectan ofrecer puede llegar a significar un gran avance para la protección de los derechos intelectuales en el país, con la eliminación o disminución de las trabas en el sistema de solicitud, acompañando lo anterior con la puesta en práctica de políticas públicas que favorezcan la actividad económica, se fomentaría desde el inicio del proceso, la protección de estos valiosos activos intangibles ante el SAPI.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

I. Antecedentes de la investigación

El presente trabajo especial de grado se plantea con el fin de determinar las consecuencias que ha tenido la pandemia COVID-19 en las solicitudes de marcas presentadas ante la oficina del SAPI. Dicha enfermedad tuvo origen como un brote epidémico de neumonía en Wuhan la capital de la provincia de Hubei, China en diciembre de 2019, la cual llegó a afectar a más de sesenta (60) personas durante ese mes. A finales de diciembre de 2019 el Centro Chino para el Control de Enfermedades admitió en un hospital de la localidad a cuatro (4) trabajadores del Mercado Mayorista de Mariscos del Sur de China, debido a la admisión de estos enfermos se inició una investigación que detectó otros veintisiete (27) individuos infectados, por lo que el día 31 de ese mes el Comité de Salud Municipal de Wuhan informó a la Organización Mundial de la Salud (OMS), que este grupo de personas había sido diagnosticada con una neumonía de causas desconocidas, dando como resultado que siete (7) de estas personas se encontraran en estado crítico.

Para el 1 de enero del 2020 ya el mercado había sido cerrado y se habían descartado una serie de enfermedades como causa de este nuevo virus. El 7 de enero los científicos de la región ya habían logrado aislar el virus causante de la enfermedad, permitiendo que laboratorios pudiesen realizar el diagnóstico de la enfermedad a través de una prueba PCR. (OMS, 2020).

Posteriormente para el 12 de enero las autoridades chinas confirmaron la existencia de 41 personas infectadas con el nuevo virus quienes comenzaron a sentir síntomas a partir del 8 de diciembre del 2019. (OMS, 2020)

Tras el hallazgo y manifestación de la enfermedad la expansión del padecimiento no tardó en llegar, para el 19 de enero ya habían casos reportados en Tailandia y en Japón, lo que ocasionó que para el 30 de enero de 2020 la OMS declarara una emergencia sanitaria de preocupación internacional, justificada en el impacto que podría tener el virus en países subdesarrollados con una infraestructura sanitaria precaria (OMS, 2020).

Para el 11 de marzo había casos diagnosticados en alrededor de 100 países del mundo, lo que ocasionó que la OMS declarase una pandemia ocasionada por el COVID-19.

Atendiendo las directrices dadas por la OMS, el Estado Venezolano decreta mediante Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6519 de fecha 13 de marzo de 2020 Estado de Alarma para atender la Emergencia Sanitaria del Coronavirus (COVID-19), ordenando restricciones de circulación en determinadas áreas o zonas geográficas, de igual manera se declara la suspensión de actividades laborales que no puedan ser desempeñadas en modalidad a distancia, a saber desde su habitación, se encuentran exentas de tal suspensión las empresas relacionadas a los servicios básicos, es decir telecomunicaciones, agua, electricidad, alimentación, servicios de salud, cadenas de distribución de alimentos, aquellos involucrados en el funcionamiento de centros médicos, actividades vinculadas al sector portuario, empresas de transporte y expendio de gas, combustible, entre otros.

Por otra parte, se suspenden las actividades escolares a todo nivel desde el 16 de marzo del 2020 ordenando a las autoridades competentes coordinar las labores para la implementación de la educación a distancia. Se realiza la suspensión de todo tipo de espectáculos públicos, exhibiciones, conciertos. Los establecimientos de expendio de comidas y bebidas podrán permanecer abiertos únicamente en modalidad de reparto o servicio a domicilio. Se ordena el cierre de playas, balnearios, públicos y privados, así como la suspensión de vuelos nacionales e internacionales.

De igual manera atendiendo las recomendaciones de la OMS se ordena el uso obligatorio de mascarillas que cubran nariz y boca, aquellas personas que por sus actividades puedan haberse encontrado expuestas al virus deben permanecer en aislamiento, a saber personas que hayan estado en contacto directo con pacientes infectados o sospechosos, aquellos que hayan viajado en cualquier aeronave, nave o vehículo con paciente infectado o sospechoso de estarlo o quienes sean notificados por el Ministerio del Poder Popular para la Salud por haberse

encontrado expuestos a un posible portador del virus, la cuarentena preventiva para los posibles expuestos será por un plazo de 2 semanas y será de carácter obligatorio.

Ahora bien y para aproximarnos un poco más al tema de interés en fecha 16 de marzo de 2020 mediante Aviso Oficial Nro. 004-2020 la Dirección General del SAPI informa a los interesados y al público en general que atendiendo al Decreto de Estado de Cuarentena Social realizado por el Presidente de la República para prevenir la expansión del virus COVID-19 la taquilla integral de trámites no prestará servicio hasta nuevo aviso, manteniendo únicamente como canal informativo el portal web www.sapi.gob.ve.

Posteriormente y solo después de pasados un mes y ocho días, en fecha 24 de abril de 2020 mediante Aviso Oficial DG 005/2020 la Dirección General del SAPI a fin de garantizar el acceso y la continuidad del sistema de propiedad intelectual, resuelve habilitar de manera excepcional y temporal una unidad de recepción y distribución de documentos, denominada taquilla virtual mediante las direcciones de correos electrónicos recepcionvirtual@sapi.gob.ve y recepcionvirtual@gmail.com para la recepción en formato electrónico/digital de solicitudes de registro de signos distintivos, cambios posteriores al registro, patentes, derechos de autor.

El Aviso Oficial en cuestión, informa que la documentación esencial debe ser consignada de forma temporal en formato PDF en un único documento acompañado de la planilla correspondiente a la solicitud, posteriormente los interesados deberán presentar los documentos originales por ante la Taquilla del SAPI, la Dirección aclara que se mantienen las exigencias legales con relación a los documentos notariados, apostillados, legalizados y traducidos al español en los casos en que apliquen.

En relación a los pagos de servicios requeridos por los interesados, el SAPI habilita cuatro cuentas bancarias en moneda nacional, para que nacionales y extranjeros efectúen el pago correspondiente a tasas y servicios.

De igual modo y como consecuencia de la suspensión de las actividades y la implementación de esta nueva modalidad reiteran que los lapsos del Boletín de la Propiedad

Industrial No. 600 fueron suspendidos en concordancia con lo establecido en el Aviso Oficial No. RPI-004-2020

Por último y a modo de mantener contacto directo con los usuarios, el SAPI habilita canales de asesoría y apoyo para la asistencia de los usuarios, entre los que podemos encontrar el correo electrónico centro.documentacion@sapi.gob.ve, el número de teléfono (0424) 461.22.60 y las cuentas en redes sociales, como Twitter (@sapi_ve), Instagram (sapi_venezuela) y Facebook a través de las cuales prestarán atención personalizada a los usuarios.

II. Bases Legales

A los fines de esclarecer este punto es necesario en primer lugar que nos apoyemos en lo establecido en la Ley de Propiedad Industrial con respecto a los requisitos necesarios para la presentación de solicitudes de marcas ante la Oficina de Registro, a saber el SAPI, de modo que nos encontramos con lo siguiente:

En primer lugar, el Artículo 70 de la mencionada Ley nos señala que toda persona natural o jurídica podrá obtener el registro de cualquier marca siempre que se produzca el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Artículo 71, aquí entonces nos encontramos con el primer requisito, las solicitudes deben ser formuladas por una persona natural o jurídica.

Ahora bien el referido Artículo 71 en su primer numeral nos señala que, se debe presentar la solicitud de la marca en original, acompañada de una copia simple por sí mismo o por medio de un Agente de la Propiedad Industrial ante la Oficina de Registro, en la que debe constar: el nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante, así como también el domicilio del mandatario cuando la solicitud sea formulada mediante apoderado, de igual manera en dicha planilla se debe realizar una descripción de la marca señalando: el nombre de la marca y la traducción al castellano de términos escritos en otros idiomas, dicha planilla debe mencionar los productos, artículos u objetos que distingue la marca, si dichos productos son de producción nacional o extranjera y si se trata de una marca registrada en su país de origen, así como también el tiempo durante el cual la marca se hubiere encontrado un uso, si este fuese el caso. El artículo también indica que se debe señalar si la marca es aplicada a productos de una industria manufacturera o extractiva, a objetos de un comercio o a productos agrícolas; finalmente se debe indicar que la marca solicitada no tiene semejanza con otra análoga ya registrada para distinguir artículos en la misma clase o en otra similar, de modo que pueda confundirse con ella y engañar al público.

El segundo numeral del Artículo 71 nos señala que la solicitud debe ser acompañada de cinco (5) facsímiles de la marca que no excedan de 8x10 cm, se señala que si la marca está

constituida únicamente por palabras no será necesario acompañar el facsímil a la solicitud, salvo que dichos términos se encuentren escritos de forma característica.

Por último, se señala que será necesario acompañar a la planilla de solicitud poder legalmente otorgado, esto si la solicitud se formulara por medio de un apoderado, en caso de que el poder ya hubiese sido presentado ante la Oficina de Registro de la Propiedad Industrial acompañado a una solicitud previa de marca, el solicitante deberá únicamente señalar la fecha de presentación y el número que le fue otorgado en el cuaderno de poderes llevado por el Organismo Oficial.

Para la solicitud de lemas o nombres comerciales los requisitos no varían de acuerdo a lo establecido en el Artículo 72 de la Ley de Propiedad Industrial, salvo en que se debe señalar la índole del establecimiento o actividad mercantil a que se destina la denominación o la marca o denominación comercial registrada con la cual se usará el lema.

Ahora bien, por tratarse la Ley de Propiedad Industrial de Venezuela de una ley con más de seis (6) décadas de vigencia ha habido ciertos cambios producto de la parcial digitalización o automatización del proceso de solicitud de marcas que nos permitimos señalar a continuación:

En la actualidad la carga de los datos de la solicitud es realizada a través de la página WEB del Servicio Autónomo de la Propiedad Industrial: todos los interesados deben (1) realizar una búsqueda de antecedentes de los elementos denominativos y gráficos de la marca que se pretende solicitar, para ello el interesado debe proceder al pago de una tasa de servicio en las cuentas bancarias destinadas por el SAPI para ello y solo 24 horas después de haber sido realizado dicho pago, es cuando el usuario puede proceder a realizar la mencionada búsqueda.

Dicha solicitud de búsqueda de antecedentes tiene un tiempo de espera para la llegada de los resultados de la misma, los usuarios deben esperar entre dos (2) y cinco (5) días, dependiendo si se trata de una búsqueda denominativa o si se trata de una búsqueda de antecedentes gráficos, los resultados de las búsquedas denominativas suelen ser más expeditos que los resultados de las búsquedas gráficas.

Una vez obtenidos los resultados y después de pagados los aranceles correspondientes a la planilla FM-02 o planilla de solicitud de marca, los usuarios pueden proceder veinticuatro horas después de realizado el pago a la carga de la planilla de solicitud de la marca a través de la plataforma webpi.sapi.gob.ve en la cual deben cargar todos los datos correspondientes al solicitante de la marca, se trate de una persona natural o jurídica, los datos del apoderado si es el caso, de igual manera se deben señalar los productos o servicios que se pretenden proteger con dicha solicitud y en caso de tratarse de una solicitud que contenga diseño o elementos figurativos el solicitante deberá cargar una descripción de los elementos figurativos que se deseen proteger.

Una vez que el usuario ha llenado el formulario, debe proceder a la impresión en triplicado del mismo y a consignar de acuerdo al caso los siguientes requisitos en formato físico ante la taquilla de atención ubicada en la ciudad de Caracas.

En caso de ser el solicitante una persona natural, este debe llevar junto a la planilla de solicitud de registro, copia de la cédula de identidad o pasaporte, y declaración jurada simple de estar haciendo uso de la marca indicando el tiempo si se tratara de ese caso.

Para las personas jurídicas los requisitos son un poco más extensos, a saber, se debe consignar, copia simple del acta constitutiva de la sociedad mercantil o su publicación en periódico, es importante resaltar que el interesado debe llevar el original de dicho documento a la taquilla de atención al público, esto a los fines que el funcionario público encargado de la recepción de la solicitud pueda dejar constancia que efectivamente se trata de una copia fiel del original. Cuando se trate de compañías con más de cinco (5) años de constituidas el interesado deberá anexar a la solicitud copia simple de la última acta de asamblea de la empresa y si hubiere acaecido algún cambio de socios o de representante legal durante la vigencia de la compañía, también se deberán consignar copias de dichas actas e igualmente se deben llevar los originales de dichos documentos *ad effectum videndi*.

Además de lo anterior se debe consignar ante la taquilla de recepción copia del Registro de Información Fiscal (RIF) de la sociedad mercantil, copia de la cédula del representante legal de la empresa y del solicitante en taquilla, así como también sus respectivos RIF personales.

Todos los requisitos antes descritos, deben ser presentados ante la Taquilla Integral, donde se le entrega una copia de la solicitud al interesado, la cual debe ser sellada por el reloj de recepción a los fines de dejar constancia de la fecha y hora en que fue recibida dicho trámite, solo entonces se da inicio al proceso de solicitud de registro de la marca.

La situación se mantuvo de la misma manera durante la declaración del estado de emergencia producto de la pandemia, la etapa de la carga de los datos en la página WEB del SAPI se mantuvo de la misma manera, sin embargo en vista que el proceso de solicitud de marcas en el país aún se realiza de forma presencial únicamente a través de las Oficinas del SAPI ubicadas en el Edificio Norte del Centro Simón Bolívar, en la ciudad de Caracas los interesados en realizar trámites de solicitud de marcas durante la cuarentena debían consignar la documentación esencial en formato PDF en un único documento acompañado de la planilla correspondiente a la solicitud, a través de dirección de correo designada por el Organismo Oficial, sin embargo posteriormente los interesados debían presentar los documentos originales por ante la Taquilla Integral del SAPI.

De modo que apreciamos que si bien el procedimiento para la solicitud de marcas actualmente ha experimentado cierto grado de evolución en comparación a lo que tenemos contemplado en la Ley de Propiedad Industrial vigente en el país, lamentablemente el sistema de solicitud de marcas en el país se mantiene en modalidad presencial, lo cual dificulta que los particulares puedan sortear las adversidades que se presentan en este caso producto de la pandemia y la respectiva declaratoria de cuarentena estricta.

CAPITULO III
MARCO REFERENCIAL

En primer lugar, resulta de interés para la investigación la experiencia y las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional y por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) en Perú producto de la pandemia ocasionada por el COVID-19.

En fecha 20 de marzo de 2020 fue publicado el Decreto de Urgencia No. 029-2020, en el que producto de la elevación del nivel de alerta por parte de la OMS en todo el mundo y el Decreto Supremo No. 008-2020-SA en el que se declara la Emergencia Sanitaria a Nivel Nacional por un plazo de 90 días en el Perú se dictan medias complementarias destinadas al financiamiento de la micro y pequeña empresa y otras medidas para la reducción del impacto del COVID-19 en la economía peruana y se declara en el Artículo 28 del arriba mencionado decreto, la suspensión de plazos en procedimientos en el sector público por un lapso de treinta (30) días hábiles, contados a partir del día siguiente a la publicación del decreto del cómputo de los plazos de inicio y de tramitación de los procedimientos administrativos y de cualquier índole.

Como consecuencia de lo anterior y de acuerdo a cifras publicadas por INDECOPI en marzo de 2020, hubo una caída brusca en el número de solicitudes de marcas equivalente al 48.08% con respecto al mismo mes del año 2019. En el mes de abril la tendencia a la baja se mantuvo en vista de las medidas adoptadas, agravándose así el desplome en el número de solicitudes de marcas presentándose una caída del 63.69% con respecto al mismo mes en el año 2019. Por su parte, durante el mes de mayo el retroceso en el número de solicitudes de marca mantuvo su tendencia negativa, sin embargo fue solo del 34.73% con respecto al mismo mes del año anterior. Para el mes de junio la caída se moderó de manera considerable presentándose una disminución con respecto al mismo mes del año anterior del 1,16%, lográndose entonces para el mes de julio una estabilización y recuperación en el número de solicitudes presentadas.

Una de las medidas que consideramos favorables para disminuir y eventualmente detener la caída en el número de solicitudes de marcas ante la Oficina de Registro de Marcas de Perú fue

la implementación a partir del 7 de mayo de 2020, fecha en que concluye la vigencia del Decreto de Urgencia No. 029-2020 en el que se establece la suspensión de plazos administrativos, de la tramitación de solicitudes de marcas a través de la página web del INDECOPI, con la implementación de este nuevo sistema los interesados pueden posterior al pago de aranceles rellenar y realizar la aplicación en el sistema “eMArcas” la solicitud de una marca, obteniendo los usuarios fecha y hora cierta del ingreso de la solicitud de registro presentada a través de la plataforma virtual, permitiendo lo anterior determinar de forma certera el orden de prelación de las solicitudes, siempre que las mismas cumplan con los requisitos establecidos en la legislación vigente en la materia.

En cuanto a España encontramos lo siguiente, en fecha 14 de marzo de 2020 fue publicado el Real Decreto 463/2020, mediante el cual se declara el estado de alarma para la gestión de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, en dicho decreto se ordena la suspensión de los términos y se interrumpen los plazos para la tramitación de los procedimientos en las entidades del sector público. En el mismo decreto se aclara que cada órgano competente podrá, mediante resolución motivada, establecer las medidas de ordenación e instrucción estrictamente necesarias para evitar perjuicios graves en los derechos e intereses del interesado en el procedimiento.

Pese a lo anterior y con el objetivo de aclarar la situación que se vivió posterior a lo publicado en el Real Decreto, el Director de la Oficina Española de Patentes y Marcas, mediante resoluciones de fecha 16 de marzo y 25 de marzo de 2020 aclara a los interesados que no obstante la interrupción de los plazos y la suspensión de los términos administrativos declarado, ello no implica la suspensión automática de todos los procedimientos, se informa que debido a la relevancia de la salvaguarda de los intereses y de los servicios públicos prestados la OEPM continuará admitiendo a trámite todo tipo de solicitudes y en consecuencia realizando todas las

actuaciones administrativas para el avance en la tramitación, lo anterior a los fines de respetar los derechos e intereses legítimos de los ciudadanos y los usuarios del servicio OEPM.

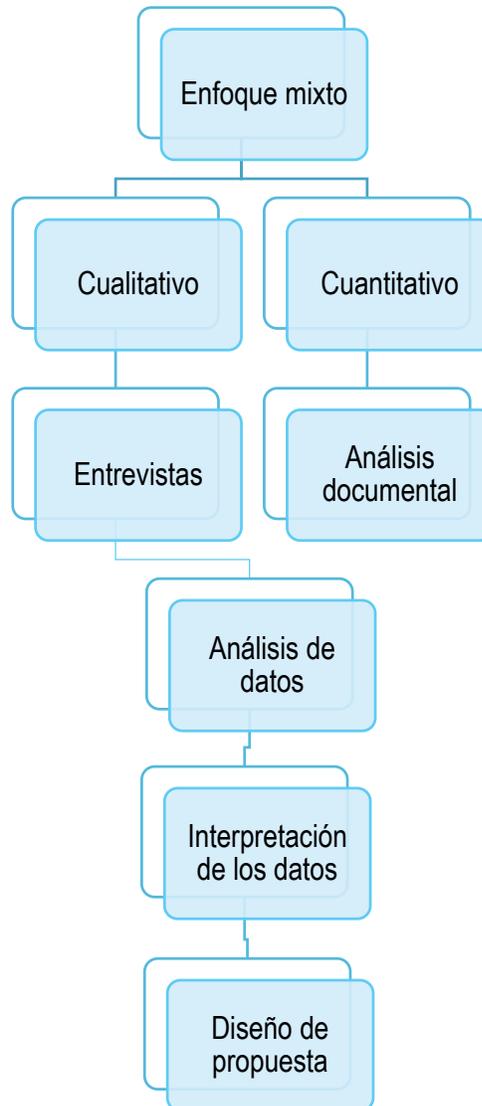
Con respecto al caso español, es importante resaltar que previo a la declaratoria de emergencia nacional decretada producto de la pandemia ocasionada por el COVID-19, el país europeo ya contaba con un sistema dual para la solicitud de marcas y la tramitación de registros, las solicitudes de marcas podían previo a la contingencia, ser presentadas de presencial ante la Oficina Española de Patentes y Marcas y en los Centros Regionales de Información de propiedad industrial de las distintas comunidades autónomas y también era posible presentar las solicitudes de registro de marcas y otros trámites administrativos, a través de la sede electrónica de la Oficina Española de Patentes y Marcas destinada para este fin, gozando en este último caso de una reducción de tasa de solicitud de un 15% por el uso de esta modalidad.

La declaratoria de emergencia acarrió en el caso español el cierre únicamente de la modalidad presencial, de igual forma con el fin de coadyuvar a los interesados se habilitaron dos números telefónicos y una dirección de correo electrónico, para solicitud de información general y una dirección de correo adicional para solicitud de información sobre trámites o documentación ya presentada ante la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Como es de esperarse las solicitudes de marcas en el país europeo experimentaron una caída producto de la situación vivida en ese momento, sin embargo para el 13 de mayo de 2020 mediante Resolución del Director de la OEPM informó que ya pasadas varias semanas y que pasado ya el shock inicial de las medidas adoptadas, las empresas y los ciudadanos están retomando su actividad, dando en consecuencia pasos para recuperar paulatinamente la vida cotidiana, la actividad económica y haciendo poco a poco la transición para la nueva realidad que se vivirá por los próximos meses.

CAPITULO IV
MARCO METODOLÓGICO

I. Descripción del marco metodológico



Fuente: Elaboración propia.

El método de investigación que se emplea en el presente trabajo especial de grado, es un enfoque mixto, algunos objetivos serán desarrollados con un método de investigación cualitativo y otros con un método de investigación cuantitativo.

El primer método se refiere al diseño y aplicación de entrevistas semi-estructuradas a expertos de en Propiedad Intelectual que desarrollan su carrera profesional en España, Perú y

Venezuela, fueron seleccionados estos países con el objetivo de obtener de cierta manera una visión global de la problemática de la que se trata. Para el caso de Venezuela se entrevista a Carolina Jiménez, quien fungió como Coordinadora de Marcas y posteriormente como Jefe de Despacho de la Dirección General del SAPI hasta el mes de octubre de 2021, por Perú se entrevista al socio de la firma peruana Allende & García Abogados, especializada en Propiedad Intelectual, el Sr. Jorge Allende, especialista en Propiedad Intelectual, en el caso de España buscamos el testimonio de la abogado María Alejandra Castillo, de nacionalidad venezolana radicada desde hace varios años en ese país quien es miembro de la firma española especializada en el área de la Propiedad Intelectual Balder IP. Estas entrevistas, se realizaron a los fines de recabar la información necesaria con respecto a la experiencia vivida antes y durante los primeros meses en que fue declarada la cuarentena producto de la llegada del COVID-19, en cada uno de los países objeto de estudio.

Los objetivos del presente trabajo especial de grado serán desarrollados apoyados en un método de investigación cuantitativo, específicamente en una investigación documental, esto con el fin de recabar las cifras requeridas para el análisis planteado, este método de investigación será empleado de igual manera para conocer todas los decretos, medidas y pronunciamientos realizados por las autoridades de cada país a los fines de lidiar o sobrellevar las consecuencias que trajo consigo la pandemia ocasionada por el COVID-19 para el sistema de marcas de cada jurisdicción.

Después de recabada toda la información requerida se procederá al análisis de los datos obtenidos, tanto en las entrevistas, como en la investigación documental, a los fines de interpretar dichos datos y solo entonces proceder finalmente a diseñar una propuesta o manual de recomendaciones que será entregado a las autoridades del SAPI.

II. Instrumentos y herramientas de investigación a utilizar

El instrumento de recolección de información que será empleado es una entrevista semi-estructurada, es importante resaltar que cada entrevista será adaptada a las particularidades de cada país y en consecuencia a las particularidades de cada entrevistado

Sobre el sistema de solicitud de marcas antes de la pandemia: Estas interrogantes tienen como objetivo determinar cuál era el estado del sistema de marcas de cada país antes del inicio de la pandemia. De acuerdo a las respuestas del entrevistado, se incluyeron preguntas adicionales que permitan puntualizar los tópicos de relevancia para el desarrollo del trabajo especial de grado.

- ¿Cómo era el sistema para la solicitud de una marca antes de la pandemia?
- ¿Cuál era el costo de la presentación de una solicitud de marcas?
- ¿Su país contaba con un sistema presencial, virtual o mixto para la solicitud de marcas?
- En el caso del sistema virtual:
 - 1.- ¿Podía hacerse la totalidad del trámite de registro de una marca en línea?
 - 2.- ¿Se debía llevar algún tipo de soporte físico ante las sedes del ente registral?
 - 3.- ¿Era posible la carga de la documentación relativa al trámite a través de la página web del registro o plataforma disponible por este?

Sobre el sistema de solicitud de marcas durante la pandemia: Esta fase de la entrevista tiene como objetivo principal, que el entrevistado nos relate la experiencia de la solicitud de marcas durante la pandemia. Se complementa las preguntas de esta fase de acuerdo a las respuestas de la etapa anterior de la entrevista.

- ¿Las sedes del ente registral de su país fueron cerradas durante la pandemia?

- ¿Se detuvo el ingreso de solicitudes nuevas durante la pandemia?
- ¿Cuánto tiempo duró la suspensión de ingreso de solicitudes nuevas en caso de presentarse?
- ¿Cuáles fueron las medidas adoptadas por la Oficina de Marcas de su país durante la pandemia? (de acuerdo a la respuesta del entrevistado se realizaron preguntas que permiten profundizar en cada medida en particular, en caso de haber sido adoptadas)
- ¿Hubo incentivos económicos para promover la solicitud de marcas durante la pandemia? ¿Cuáles?
- En el caso de las solicitudes presentadas online: ¿se debía posteriormente presentar algún tipo de soporte físico o podía realizarse la totalidad del trámite de forma remota?
- ¿De acuerdo a su experiencia hubo disminución en el flujo de las solicitudes de marcas presentadas durante la pandemia?
- ¿Conoce el porcentaje de variación en las solicitudes de marcas con respecto a años anteriores? ¿Puede hacer un aproximado de la variación a nivel nacional?
- ¿La oficina nacional de registro de marcas ha ofrecido algún balance que refleje el impacto de la pandemia en el número de solicitud de marcas y las variaciones en cada rubro?

Consideraciones personales del entrevistado y cierre de la entrevista: En esta última fase, se buscó conocer la opinión del entrevistado con respecto a las medidas adoptadas por la Oficina de Marcas de su país, su efectividad, posibles sugerencias que se podían haber adoptado y posibles sugerencias para la experiencia venezolana

- En líneas generales ¿cómo calificaría el manejo por parte de las autoridades de la pandemia?
- ¿Considera que las medidas adoptadas fueron pertinentes y/o eficaces para la situación que se estaba viviendo?

- ¿Cree que la Oficina de Registro de marcas de su país se encontraba preparada para enfrentar una contingencia de este tipo?
- ¿Qué aspectos cambiaría del manejo de la situación?
- ¿Cuáles son las sugerencias que usted aportaría para la preparación del ente registral de su país ante posibles contingencias futuras?
- Breve exposición de la situación vivida en Venezuela durante la pandemia. ¿Qué medidas sugiere para sobrellevar la crisis que aún se vive en Venezuela producto de la pandemia?

CAPITULO V RESULTADOS

I. Resultados preliminares

Objetivo específico: Determinar cuáles fueron las estrategias adoptadas por las Oficinas de marcas para mitigar el declive en el número de solicitudes presentadas durante el COVID-19 en los meses comprendidos entre marzo 2020 y marzo 2021.

Para poder determinar cuáles fueron los lineamientos adoptados por las distintas oficinas de marcas para mitigar el declive en el número de solicitudes de marcas presentadas en los meses comprendidos entre marzo de 2020 y marzo de 2021 el caso español, se evaluará acudiendo en primer lugar, al testimonio ofrecido por la abogada venezolana radicada en España, quien es miembro de la firma de abogados española especializada en Propiedad Intelectual Balder IP, María Alejandra Castillo, posteriormente pasaremos a señalar todos los lineamientos dictados por la OEPM durante el período objeto de estudio. Lo anterior, con el objetivo de ofrecer una visión dual, por una parte ilustraremos la perspectiva de los profesionales que se encuentran en su día a día realizando solicitudes de marcas ante el registro y por la otra, expondremos las actuaciones de la OEPM como organización durante el período anteriormente señalado.

De modo que en cuanto a la presentación de solicitudes de marcas la abogada venezolana señaló que las solicitudes de marcas ante la OEPM desde antes de la pandemia tenían una modalidad de presentación totalmente online *“desde el pago de las tasas de hasta la presentación de todos los trámites en la OEPM, son online (M. Castillo, 2021),* según la entrevistada lo anterior resultó ser una ventaja al momento de la declaración de la cuarentena en el país ibérico, pues las gestiones de presentación pudieron mantenerse funcionando con normalidad a pesar de la situación que se vivía.

Por su parte, en cuanto a la documentación o requisitos solicitados conjuntamente con la solicitud de marcas indicó que debido a que la integridad del trámite se realiza de forma online, los documentos que se acompañan a las solicitudes de marcas son consignados igualmente por esta vía, esto es posible en España debido a la existencia de la figura de la firma electrónica en

España, aquellos interesados en obtener el certificado electrónico base de la firma electrónica, deben únicamente “*disponer de un certificado digital o de un DNI electrónico*”, con el certificado electrónico se puede identificar inequívocamente al poseedor, por lo que resulta muy sencillo que se pueda verificar la integridad del documento firmado, haciendo posible que los documentos puedan consignarse de forma electrónica, sin que ello comprometa la veracidad de los mismos.

También en cuanto a la consignación de documentos, se señala que no es necesario el cumplimiento de ciertas formalidad debido a que no se requiere la legalización de los documentos a consignar, lo cual resulta ser un obstáculo menos a la hora de la presentación de una nueva solicitud de marca, en cuanto a la consignación de poderes señaló que basta con una simple autorización del solicitante para que se pueda dar curso a la solicitud de las marcas ante la OEPM, lo cual permite -señala-, que realmente no existen obstáculos en cuanto a formalidades para que los particulares soliciten la protección de derechos sobre sus activos intangibles.

En este punto se plantea la interrogante de si en el caso español, el ente registral ofreció algún tipo de incentivo a los particulares con el objeto de promover o fomentar la presentación de solicitudes de marcas, a los que Castillo señala que “*no hubo ningún incentivo, la oficina siguió abierta pero evidentemente la actividad económica se vio afectada por el tema COVID y por ende eso se vio reflejado en el (menor) número de solicitudes que fueron presentadas ante la Oficina de Marcas, pero de incentivos como tal por parte de la oficina, no hubo ni disminución de tasas.* (M. Castillo, 2021)

Por su parte en cuanto a las medidas o lineamientos adoptados por las autoridades españolas, tenemos que el 17 de marzo de 2020 la OEPM informa que todos los lapsos de procedimientos pendientes se encuentran suspendidos hasta tanto el estado de emergencia finalice, sin embargo fue necesario que dicha organización realizara una aclaratoria o reiteración de las directrices señaladas durante los primeros días de la pandemia, pues para el 30 de marzo de 2020 se aclara mediante Decreto Real 463/2020 que se seguirá admitiendo para su trámite

todo tipo de solicitudes, la suspensión de los lapsos no implicó que se suscitara la suspensión del ingreso de nuevas solicitudes a la oficina de registro española, ese servicio se mantuvo operativo a pesar de lo anterior.

El 20 de abril de 2020, poco más de un mes después de haber sido declarado el estado de emergencia, la OEPM hizo el lanzamiento de una nueva sección en su página web dedicada a brindar información y herramientas para aquellos interesados en el registro y solicitud de marcas, así como también aquellos profesionales involucrados con el área, esta nueva página incluyó herramientas y cursos online dictados por la oficina de registro y por terceros, enfocados en ofrecer conocimientos relacionados a la materia y al manejo de la página web del servicio.

El 14 de mayo de 2020 la OEPM difundió a través de su página de YouTube, la grabación de una conferencia que tuvo lugar el 29 de abril de 2020 en la que participaron más de ciento setenta (170) Agentes de Propiedad Industrial en la que se tocó el tema de suspensión y continuidad de los procedimientos administrativos durante el estado de alarma, la cual le permitió a los interesados esclarecer dudas que surgiesen con respecto a la temática tratada.

Finalmente, solo para el 1 de octubre de 2021 un año y siete meses después de declarado el estado de emergencia en España, la OEPM reinició los servicios de atención directa al público, después de las restricciones establecidas para combatir la pandemia, a partir de esta fecha el organismo comenzó nuevamente a aceptar público en sus oficinas en un horario de lunes a viernes de 9:00 am a 2:30 pm, sin embargo es importante señalar que para poder acudir a las oficinas es necesario que los interesados realicen con anterioridad una cita.

A partir de lo que se señaló anteriormente, se puede decir que la OEPM realmente no puso en práctica medidas demasiado drásticas o diferentes producto de la declaración de emergencia, en vista de que esta oficina mucho antes de que se produjera la emergencia sanitaria ya contaba con una plataforma adaptada a la recepción de nuevas solicitudes de forma

electrónica, es decir que no requerían la presencia de los particulares interesados en ninguna de las etapas del proceso de solicitud en las sedes del ente registral.

En ese sentido la OEPM se abocó únicamente a brindar información y esclarecer dudas a aquellos que no se encontrasen familiarizados con el ya instaurado sistema de solicitud de registro de marcas y la protección de activos intangibles. Con fines ilustrativos, se puede señalar en este punto que según el informe publicado por la OEPM anualmente denominado la “OEPM en cifras 2018” para ese año, el 90,9 % de las solicitudes presentadas fueron realizadas electrónicamente es decir de las 52.282 solicitudes de marcas que ingresaron ese año, 47.525 fueron presentadas en la modalidad electrónica, lo cual supone que las medidas de restricción de movilidad impuestas con el objeto de evitar la propagación del COVID-19 realmente no resultaron ser un desafío en cuanto a la presentación de nuevas solicitudes de marcas.

Manteniendo la estructura señalada para estudiar el caso español, se expondrá lo referente al caso peruano en particular, las estrategias adoptadas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, en lo sucesivo INDECOPI, con el objeto de mitigar el declive en el número de solicitudes presentadas durante los meses comprendidos entre marzo de 2020 y marzo de 2021.

El testimonio de Jorge Allende quien es abogado peruano especialista en propiedad intelectual y socio de la firma Allende & García Abogados especializada en el área de propiedad intelectual, sirvió como guía para evaluar el caso peruano, de modo que en lo referente al sistema de solicitud de marcas empleado por el INDECOPI, señala que antes de la pandemia el *“sistema era netamente presencial, el INDECOPI abría de lunes a viernes de 8:30 am a 4:30 pm, esa era el horario de atención y ese era el horario para la presentación de documentos (J. Allende, 2021)”* por lo que al momento de ser declarada la pandemia, el ingreso de nuevas solicitudes tal como es de suponerse, fue suspendido debido a la imposibilidad de los interesados de dirigirse a las sedes del INDECOPI.

En cuanto a la declaratoria de cuarentena en el país suramericano, Allende señala que *“el INDECOPI estuvo paralizado desde el 15 de marzo hasta el 9 de abril, en esas tres semanas el INDECOPI implementó, que ya lo venía haciendo un sistema virtual”* (J. Allende, 2021), la declaratoria de la pandemia puso en movimiento al ente registral, este se vio en la necesidad de implementar nuevas herramientas para que los interesados en solicitar la protección de activos intangibles lo pudiesen hacer a pesar de las circunstancias que se estaban viviendo para el momento a nivel mundial y que no resultaban ser un excepción para el Perú.

De acuerdo a Allende, el sistema virtual con el que se contaba no estaba del todo listo, algunas veces era habilitado y puesto a disposición y en otras ocasiones no estaba disponible, dicho sistema aún se encontraba si se quiere en período de prueba o de ajuste para su uso, sin embargo la situación obligó a que en las tres semanas en que se detuvo la recepción de nuevas solicitudes de marcas, el INDECOPI adaptara de manera definitiva su forma de trabajo a la completa virtualidad, es así que a partir del 9 de abril de 2020 fue puesto a disposición del público de manera definitiva una plataforma virtual a través de la cual, se pueden realizar todos y cada uno de los trámites referentes tanto a la solicitud de marcas como al proceso de registro de las mismas.

En cuanto a la recepción de la documentación de las nuevas solicitudes de marcas el abogado peruano señaló que, todos *“los documentos de las marcas se presentan de manera virtual”* (J. Allende, 2021), en concordancia con ello el INDECOPI en fecha 11 de mayo de 2020 reiteró que *“confirma que documentos presentados por canales virtuales ya no deberán presentarse físicamente. Además, los usuarios que lo autoricen, serán notificados válidamente por vía electrónica En el marco del estado de emergencia sanitaria decretada por la pandemia del COVID-19...”* (Gerencia Legal INDECOPI, 2020), esto lo justifican con base al Decreto Legislativo 1497 emitido por el Poder Ejecutivo del Perú el cual establece una serie de medidas

para promover y facilitar condiciones regulatorias que contribuyan a reducir el impacto de la economía ocasionada por la emergencia sanitaria.

Es importante tener en consideración que para el momento en que fue declarada la cuarentena en el Perú, se encontraba vigente el numeral 123.3 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General (Ley N° 27444), el cual obliga a la presentación de manera física de todos y cada uno de los escritos remitidos a la Administración de forma virtual dentro de los tres días posteriores al envío electrónico. Producto de la publicación del Decreto Legislativo 1497, aquellos escritos que sean remitidos a través de medios digitales tendrán como fecha de recepción el día en que estos hayan sido consignados a través de los medios virtuales que se encuentren dispuestos para ello por la Administración, a pesar de lo anterior esto no impide que las autoridades competentes puedan verificar la identidad del remitente y en consecuencia la veracidad de la información que sea remitida en los casos que así lo consideren pertinente.

Este mismo decreto señala que, las personas naturales y jurídicas pueden ser notificadas por las entidades públicas cuando estas hayan otorgado consentimiento expreso para hacerlo, dicho consentimiento puede darse empleando medios digitales tales como el correo electrónico o cualquier otro medio a distancia que sea pertinente, lo anterior resulta ser de gran utilidad para la tramitación de nuevas solicitudes de marcas debido a que no basta con que puedan ser presentadas marcas a través de medios electrónicos dispuestos para ello, es necesario que se le pueda dar continuidad al trámite de registro sin la necesidad que las partes deban apersonarse a las sedes del INDECOPI, de poco sirve que se le de ingreso a una nueva solicitud si a la misma no se le podrá dar curso en cada una de las etapas del trámite de registro.

En cuanto a los beneficios que supone la implementación de un sistema virtual para la protección de las marcas, Allende señala que previo a la pandemia el INDECOPI contaba con un horario establecido para la recepción de trámites y escritos el cual finalizaba a las 4:30 pm,

ahora con esta nueva herramienta los interesados pueden presentar trámites y documentos hasta las 11:59 de la noche, brindándole a estos atención las 24 horas del día.

Por su parte en lo referente a la implementación o no de incentivos para que los particulares volvieran a presentar solicitudes de marcas después del cierre temporal que sufrió el INDECOPI producto de la declaración de emergencia sanitaria, Allende señaló que no fueron implementados incentivos con respecto a la solicitud de marcas, sin embargo informó que anterior a la pandemia la oficina de registro si implementó un incentivo para aquellos particulares que procedieran a realizar la renovación de sus marcas de manera virtual, *“si la presentabas presencial costaba 90 dólares y si lo presentabas online costaba 60 dólares”*(J. Allende, 2021) lo anterior a pesar de que no se encuentra involucrado con las tramitación de nuevas solicitudes de registro de marcas, deja ver que efectivamente el INDECOPI antes de la pandemia ya se encontraba de alguna u otra manera preparando y adaptando su sistema de trabajo de una modalidad enteramente presencial a una modalidad virtual, lo cual resultó ser de gran ayuda para el momento en que el INDECOPI se vio obligado a pasar a la completa virtualidad producto de la declaratoria de emergencia sanitaria en el país.

Otro incentivo que a pesar de que no se generó producto de la declaratoria de pandemia pero que de alguna u otra manera resulta ser un beneficio para los interesados en solicitar marcas, de acuerdo al testimonio de Allende se basa en que las tasas de búsquedas han sido eliminadas, los usuarios pueden ingresar a un portal web y ellos mismos realizar la búsqueda de su marca sin que esto genere ningún tipo de costo, siempre eliminación o disminución de aranceles o tasas resulta ser un incentivo para la tramitación.

Por su parte en cuanto a las medidas o lineamientos adoptados por las autoridades, la primera medida adoptada por el INDECOPI fue la suspensión de todas las reuniones pautadas, además de la suspensión de todos los lapsos que se encontraban en curso para el momento del anuncio, el día 16 de marzo de 2020. Posteriormente el 11 de mayo de 2020 tal como lo

señalamos anteriormente, el INDECOPI producto de un decreto del poder ejecutivo anunció que todos aquellos documentos consignados de forma online ya no tienen que ser presentados de forma física en las sedes del Instituto tres días después de su consignación tal como se encontraba establecido antes de la declaración de emergencia sanitaria.

El 26 de mayo de 2020, la oficina de registro recuerda a los usuarios que pueden contactar a la oficina mediante llamadas o correos electrónicos para la aclarar interrogantes con respecto al servicio y se reitera que puede ser utilizada la plataforma digital para acceder a los servicios de propiedad intelectual.

Para impulsar la reactivación económica entre los pequeños productores y emprendedores del país, afectados por la emergencia sanitaria generada por el Covid-19, el Consejo Directivo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), aprobó la eliminación del pago de tasa para el registro de marcas colectivas.

En fecha 9 de diciembre de 2020 la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI estableció mediante Resolución 000127-2020-PRE/INDECOPI, que las solicitudes de registro de marcas colectivas se presenten de forma gratuita, de igual modo se elimina el costo de la publicación en la Gaceta Electrónica y aquellos gastos generados por concepto de orientación y búsqueda de antecedentes, los principales beneficiados por esta medida son *“las agrupaciones de productores, comerciantes y/o prestadores de servicios, conformadas, en general, por comunidades campesinas e indígenas, asociaciones de empresarios y empresarias, cooperativas, micro y pequeñas empresas; dedicadas a los sectores económicos agrario, pecuario, pesquero, acuícola, manufacturero, artesano, textil, industrias creativas y turístico” ; sumando en los esfuerzos del gobierno de reactivar la economía y fomentar la competitividad de los empresarios y/o emprendedores de nuestro país* (Nota de prensa INDECOPI, 2020).”

La medida fue adoptada debido a que *“se advierte la utilidad de estas (las marcas) para las agrupaciones de productores, artesanos y micro y pequeñas empresas de nuestro país...no solo en atención a las pérdidas económicas que pudieran sufrir por causa de fenómenos climatológicos o en el actual contexto pandemia, generada por el COVID-19”* esta medida resulta ser una respuesta directa a la problemática que se genera producto de la emergencia sanitaria declarada por la aparición del COVID-19.

Por otra parte, el 10 de junio de 2021 fue lanzada al público la denominada “RutaPI” la cual se trata de una consultoría gratuita especializada en propiedad intelectual, es una iniciativa del INDECOPI la cual está dirigida a empresas y tiene como objetivo detectar o reconocer aquellos desarrollos generados por empresas y ofrecer una evaluación, diagnóstico y en base a ello ofrecer sugerencias con respecto a cuáles de estos pueden ser protegidos y en consecuencia registrados por algunos de los instrumentos de la propiedad intelectual, dicho servicio es prestado por especialistas del Instituto de forma completamente gratuita.

Además de lo anterior, la última medida adoptada por el INDECOPI para la activación de la protección de la propiedad intelectual, es la iniciativa de lanzamiento de guías didácticas dirigidas a las pequeñas y medianas empresas (Mypes) para que los emprendedores afectados por la pandemia ocasionada por el COVID-19 puedan aplicar herramientas de la propiedad intelectual para incrementar la competitividad y el crecimiento de sus negocios, así es señalado en nota de prensa del 4 de agosto del 2021, entre las guías lanzadas al público destacamos la denominada “Importancia de proteger los desarrollos en las empresas: El valor de la propiedad intelectual”, la cual brinda un conjunto de elementos claves para entender la importancia de la propiedad intelectual para los negocios en la actualidad, en ella se resaltan los beneficios de proceder al registro y protección de los diversos desarrollos generados por las empresas, esta guía ilustra a través de casos los grandes beneficios que conlleva la protección de activos intangibles, se ilustra que la protección de los activos de propiedad intelectual generan valor para

las empresas, expanden oportunidades de negocios, mejoran las oportunidades para el levantamiento de fondos o financiamiento, aumentan la reputación de las organizaciones, de igual forma dicha guía trata de romper “mitos” en cuanto a los tiempos de tramitación de marcas, destacan que Perú, se encuentra en el primer lugar en cuanto a la velocidad para la resolución de solicitudes de marcas sin oposición, destacando que para el año 2017 contaban con un promedio de 2 a 4 meses para dicho trámite.

De acuerdo a lo anterior tenemos que el INDECOPI producto de la emergencia sanitaria, se adaptó de forma expedita a los retos que representó dicha coyuntura, adaptando su plataforma tecnológica, dando continuidad a los incentivos económicos previamente ofrecidos para los usuarios, abriendo canales de comunicación para facilitar y ayudar en la utilización de la plataforma tecnológica recientemente instaurada y creando nuevos incentivos para los pequeños y medianos emprendedores.

Ahora bien, para evaluar las medidas adoptadas en Venezuela para enfrentar los retos propuestos por la pandemia ocasionada por la aparición del COVID-19, nos apoyaremos en el testimonio de la abogada Carolina Jiménez, quien fungió como Coordinadora de Marcas a partir de octubre de 2020 y posteriormente, fue designada Jefe de Despacho de la Dirección General del SAPI hasta el mes de octubre de 2021.

En lo referente al sistema de solicitud de marcas empleado antes de la pandemia, Jiménez nos señala que el llenado del formulario de solicitud es realizado de manera virtual, los usuarios debían crear un usuario y realizar el pago de los aranceles correspondientes para poder generar la planilla de solicitud de trámite, para posteriormente dirigirse a la única sede del SAPI para proceder a la consignación de dicho formulario en físico y de los recaudos necesarios para iniciar el trámite de registro de las marcas, esta modalidad por requerir la presencia de los interesados en la sede del SAPI se vio interrumpida por la declaratoria por parte del ejecutivo nacional de una cuarentena producto de las pandemia ocasionada por el COVID-19.

De modo que desde el 13 de marzo hasta el 24 de abril de 2020 se detuvo por completo la solicitud de marcas en todo el país, en esta última fecha fue publicado el Aviso Oficial DG-005/2020 en el cual se informa a los interesados la habilitación de la denominada taquilla virtual, la cual consistía, en la habilitación “excepcional y temporal” de una Unidad de recepción y distribución de documentos con la creación de una dirección de correo electrónico a través de la cual, los usuarios podrían enviar sus solicitudes de signos distintivos, cambios posteriores al registro, patentes y derecho de autor, a través de dicha dirección de correo electrónico los usuarios debían consignar en formato electrónico toda la documentación esencial necesaria para dar por iniciado el trámite de registro de las marcas, sin embargo se aclara en ese aviso a los interesados que estos deben presentar los documentos originales en físico ante la taquilla del Servicio Autónomo tan pronto sea levantado el decreto de emergencia, de igual manera se informa que no se suprimen las exigencias legales vigentes en relación a los documentos notariados, apostillados, legalizados y/o traducidos al español en los casos que aplique.

En ese mismo Aviso Oficial, se informa a los interesados la apertura de canales informativos en diversas redes sociales, también la habilitación de un correo electrónico y de un número telefónico a través del cual los usuarios podían ser atendidos en función del requerimiento que tuviesen.

Jiménez en cuanto a la implementación de un nuevo sistema completamente virtual señaló, que existen diversos retos a los cuales se enfrenta el Servicio, en primer lugar lo referente al internet y su velocidad y en segundo lugar, que el SAPI no cuenta con plataforma y servidores lo suficientemente amplios que permitan que la cantidad de trámites que ingresan puedan ser almacenados en formato digital , indica que es lo que se quiere, existen proyectos sin embargo aún no pueden ser implementados debido a estas limitaciones.

Ahora bien, en cuanto a la implementación de incentivos para los usuarios Carolina Jiménez señala que para el mes aniversario del SAPI (mayo) fueron anunciados descuentos en

el costo de los servicios prestados por el SAPI, siendo así que el costo de las búsquedas se redujo a la mitad pasando de costar 0,72 a 0,36 Petros, en cuanto a los formularios de solicitud se produjo una reducción del precio del 20% pasando de costar 1,44 a 1,16 Petros, a pesar que de acuerdo al Aviso Oficial Nro. DG-11-2021 de fecha 5 de mayo de 2021 dichos descuentos tendrían vigencia desde el 6 de mayo de 2021 hasta el 6 de junio del mismo año, la reducción de los costos fue extendida, esto de acuerdo al testimonio de Carolina Jiménez con el objetivo de que aumentara el número de solicitudes que ingresaban al Servicio, pues para ese momento el promedio de ingreso de nuevas solicitudes ya se encontraba muy por debajo de lo usual comparado con los años anteriores, la extensión de este incentivo fue hasta el día 28 de junio de ese año.

La vigencia de facto de los descuentos, finaliza con la publicación del Aviso Oficial Nro. DG-13-2021 de fecha 28 de junio de 2021 el cual informa a los interesados los nuevos costos de los servicios prestados por el SAPI, en el que se aumenta levemente el costo de los servicios correspondientes a las búsquedas gráficas y fonéticas, pero se mantiene el costo del formulario de solicitud de marca.

Por su parte, el Ejecutivo Nacional anunció el 19 de mayo de 2021 con el objetivo de reimpulsar la economía del país y fortalecer la producción nacional, la exoneración del pago de tasas correspondientes por concepto de registro de marcas, patentes y derechos de autor a las pequeñas y medianas empresas, creadas durante la pandemia ocasionada por el COVID-19, así como también de cualquier otro arancel aplicable de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente, dicha exoneración tendría vigencia desde el momento en que fue anunciado hasta el 31 de diciembre de 2021. El pronunciamiento del Ejecutivo Nacional fue reiterado por el SAPI mediante Aviso Oficial Nro. DG-0015-2021 de fecha 15 de septiembre de 2021, el cual señala que dichas exoneraciones entrarán en vigencia a partir de la fecha de publicación de dicho aviso en la página

WEB del SAPI, es decir a partir del 15 de septiembre de 2021, es decir casi 4 meses después de haber sido anunciada la exoneración por parte de las autoridades nacionales.

Otra de las medidas adoptadas por el SAPI con el objeto de aumentar el ingreso de solicitudes de marcas en el SAPI, durante los meses de mayo a septiembre de 2021 fue la implementación del plan piloto de divulgación y atención de los usuarios denominado “El SAPI va a la calle” a través del cual se promueven las bondades que conllevan el registro de marcas, patentes y derecho de autor en el país, de acuerdo a lo señalado por Carolina Jiménez, esta resultó ser una estrategia que de acuerdo a su criterio fue positiva debido a que los usuarios se han acercado efectivamente a la sede del SAPI a realizar el registro de sus marcas.

Ahora bien, después de señalar las medidas adoptadas por las autoridades venezolanas para contrarrestar el impacto de la pandemia en las solicitudes de marcas en el país, se puede señalar que la pandemia dejó ver lo inadecuado del sistema con el que se trabaja en el SAPI, este actualmente no cuenta con una plataforma lo suficientemente basta que le permita el ingreso de las solicitudes de forma totalmente digital, únicamente se hace la carga de los datos de la solicitud a través del portal web del registro para después ser remitida a través de una cuenta de correo electrónico al SAPI, los usuarios conservan la carga de posteriormente consignar ante la oficina de registro toda la documentación en físico y el cumplimiento de las formalidades previstas en la ley, lo cual genera trabas y retrasos.

En este sentido, es importante destacar que el registro no cuenta con los medios adecuados para que los usuarios realicen la carga de los recaudos que deben acompañar a la solicitud de registro, lo que implica un desgaste de tiempo y dinero a la administración en vista que, la carga de la creación del expediente ahora lo tiene la administración y no el administrado como ha sido siempre. Finalmente, se implementaron incentivos para los usuarios que se limitaron al ámbito económico, lo cual a pesar de ser beneficioso parece no

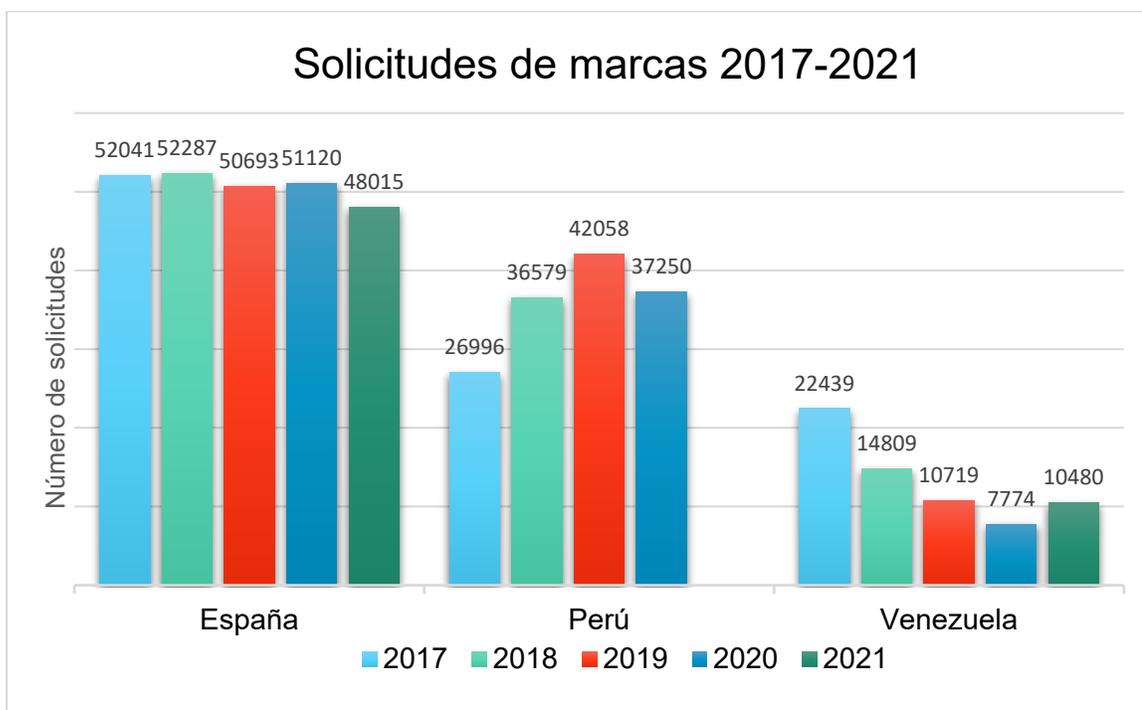
ser suficiente para mitigar el impacto del COVID-19 en el número de solicitudes de marcas presentadas ante el SAPI.

Objetivo específico: Determinar cuál fue la tendencia a nivel global de cada Oficina de Registro de Marcas con respecto a los años anteriores.

A continuación reflejado en una tabla y posteriormente ilustrado en gráfico, la cantidad de marcas solicitadas durante cada uno de los años objeto de estudio por cada país.

País \ Año	2017	2018	2019	2020	2021
España	52041	52287	50693	51120	48015 ¹
Perú	26996	36579	42058	37250	²
Venezuela	22439	14809	10719	7774	10480

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

¹ La cifra que se refleja no incluye las solicitudes de marcas presentadas ante la OEPM durante el mes de diciembre, debido a que para la fecha en que fue culminado el presente trabajo aún no se encontraban disponibles.

² Para la fecha en que fue culminado el presente trabajo de grado el INDECOPI no había publicado las estadísticas correspondientes al año 2021.

De las cifras recabadas de cada uno de los países objeto de estudio encontramos lo siguiente, en primer lugar para el caso español tenemos que siendo este uno de los países que estuvo sujeto a grandes restricciones por la temprana llegada del COVID-19 y por la gran cantidad de casos que se presentaron, realmente no hubo una disminución considerable en el número de solicitudes de marcas que se presentaron ante la OEPM, tenemos que de acuerdo a los datos recabados el promedio de solicitudes anuales que son presentadas ante esa oficina es superior a las 52.000 solicitudes anuales, en el 2019 la OEPM experimentó una disminución de aproximadamente el 4% comparado con los años anteriores, a pesar de la llegada de la pandemia en marzo de 2020 el promedio anual de ese año experimentó un aumento en comparación con el año anterior, debido a que el total de solicitudes presentadas ante la OEPM en el 2020 fue de 51120, cifra que se acerca al promedio regular de solicitudes que encontramos en los años 2017 y 2018, por último en cuanto al 2021, las cifras parecen ser bastante prometedoras debido a que para noviembre de ese año ya el número de solicitudes se encontraba por encima de las 48.000, la tendencia parece indicar que el número de solicitudes presentadas durante el 2021 será mayor al de los dos años anteriores.

Ahora bien con respecto al caso de Perú, encontramos que para el momento de la llegada de la pandemia el número de solicitudes de marcas presentadas ante el INDECOPI se encontraba en un exponencial aumento si tomamos en cuenta que para el 2017 fueron presentadas casi 27.000 solicitudes, en el 2018 los nuevos ingresos fueron casi 10.000 por encima, si lo comparamos con el año anterior, se cerró el total de solicitudes con más de 36.500, la tendencia de aumento se mantuvo para el 2019, sin embargo no en la misma proporción que los años anteriores, para el 2019 el total de solicitudes presentadas fue poco más de 42.000, en definitiva el 2020 resultó ser un gran reto para este país, la tendencia de aumento se vio afectada, la cantidad de marca solicitadas en este país experimentó un retroceso, siendo el total de solicitudes para ese año de poco más de 37.000, a pesar de todas las adversidades que se

vivieron durante los primeros meses de la pandemia, la cifra no fue menor a la cantidad de marcas solicitadas en el año 2018, lo cual no se podría calificar como un año negativo si se toman en cuenta las variables que tuvieron lugar durante ese año. Para el momento de la culminación del trabajo especial de grado no se encuentra publicada la estadística correspondiente al año 2021, sin embargo estimamos que la tendencia de disminución en el número de solicitudes se vea revertida como consecuencia de las oportunas medidas adoptadas por el INDECOPI con el objetivo de contrarrestar los efectos del COVID-19 en el número de solicitud de marcas.

Por último, debemos evaluar los resultados encontrados en el caso venezolano, para el año 2017 el número de solicitudes presentadas en el país fue de más de 22.000 , el año 2018 hubo una brusca disminución en el número de solicitudes llegando la cifra para ese año a poco más de 14.000 , una diferencia de casi 8.000 solicitudes lo cual resulta ser aproximadamente un 36% menos que el año anterior, la tendencia no fue reversada para el año 2019, la cantidad de solicitudes continuó en disminución llegando a poco más de 10.000 solicitudes, la llegada del COVID-19 no resultó ser positiva lo cual se vio reflejado nuevamente en el número de solicitudes pues durante ese año, el ingreso total de solicitudes de marcas fue de 7774, de acuerdo a lo que se aprecia las medidas adoptadas por el SAPI a pesar que pueden llegar a ser más adecuadas y eficaces, resultaron ser lo suficientemente positivas como para que la tendencia de disminución se viera reversada logrando que para el final del año 2021 el número de solicitudes que ingresaron al SAPI se situaran en 10.480.

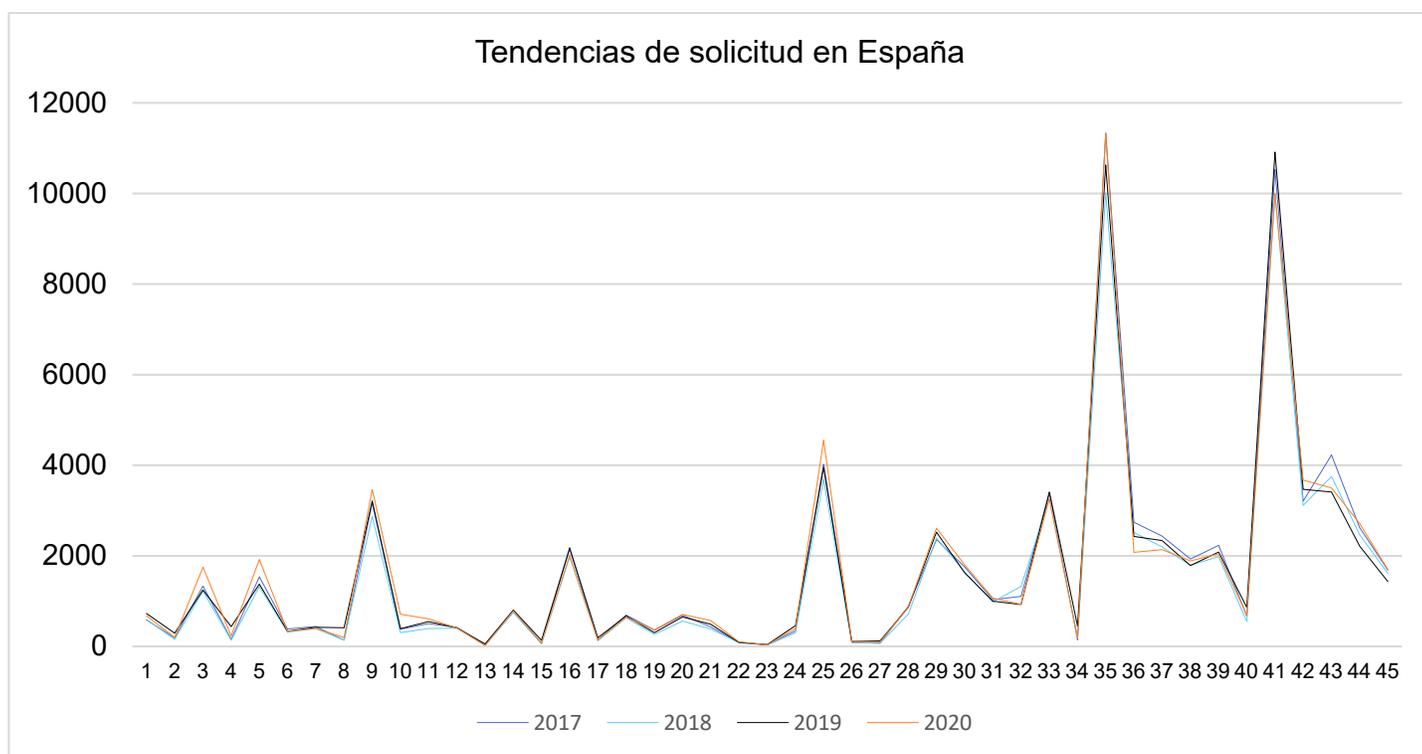
Ahora bien, entendiendo que no es posible comparar los resultados obtenidos por cada uno de los países objeto de estudio, debido a que dichas cifras obedecen a una serie de factores sumamente amplios y diversos, se puede establecer que para aquellos países con economías un poco menos estables como lo son Perú y Venezuela, que además de ello no contaban para el momento de la aparición del COVID-19 con una plataforma adecuada para enfrentar los retos que supuso la pandemia, este factor resultó ser un reto lo cual resultó en una disminución

considerable en el número de solicitudes presentadas ante las respectivas oficinas de registro nacionales.

La tendencia no se replicó en el caso español, país que contaba desde antes de la pandemia con un sistema completamente operativo eficaz y capaz de enfrentarse a los retos que supuso la virtualidad y el impedimento de los interesados de acudir a las sedes de la OEPM, no se puede negar tampoco que la economía española es muchísimo más estable y fuerte que la de los dos países latinoamericanos objeto de estudio, sin embargo el registro español se enfrentó a retos que no fueron tales en Perú y Venezuela, España fue uno de los primeros países y más afectados por el COVID-19 lo cual no debe ser dejado de lado, se entiende en consecuencia que resulta ser clave para enfrentar crisis como la ocasionada por la pandemia, como para futuras crisis que se puedan suscitar, que las oficinas de registro nacionales se encuentren preparadas con todas las herramientas necesarias para enfrentar los retos que se puedan presentar en el futuro.

Objetivo específico: Identificar cuál ha sido el rubro y/o clase internacional con mayor crecimiento y disminución en el número de solicitudes en cada país.

A continuación se refleja en gráficos la cantidad de marcas solicitadas en España y en Venezuela durante cada uno de los años objeto de estudio. En cuanto al INDECOPI nos permitimos señalar que dicho instituto no cuenta con información publicada con respecto a la cantidad de solicitudes de marcas presentadas por clase internacional ante el Instituto, por ello no se refleja en esta sección.



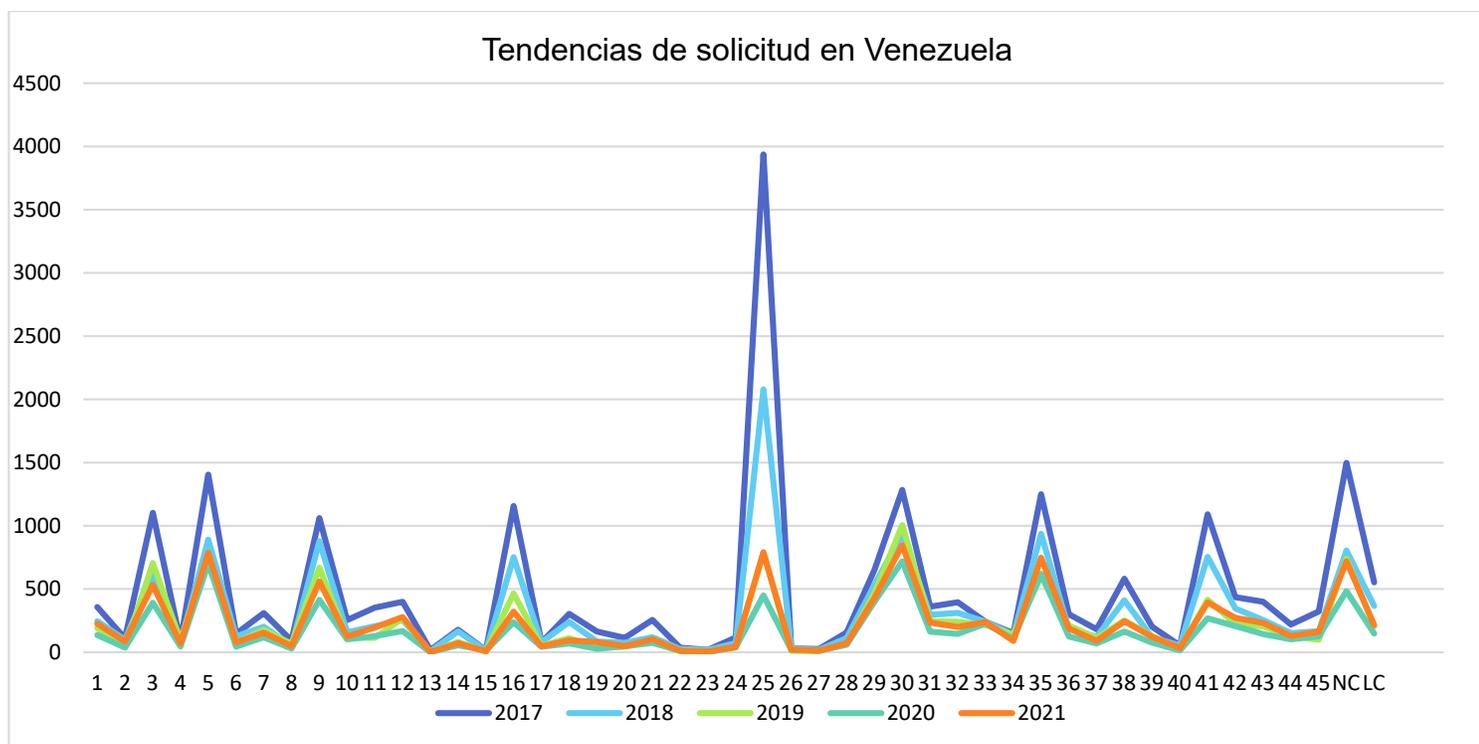
Fuente: Elaboración propia

Para el caso español se puede apreciar que, no hubo mayor variación en cuanto a las clases con mayor y menos cantidad de solicitudes de marcas durante estos últimos años, las clases con mayor cantidad de solicitudes de marcas en el área de servicios son la clase 35 y la clase 41 del Clasificador de Internacional de Niza, la primera relacionada con la publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales y trabajos de oficina, la segunda

contempla aquellos servicios relacionados a la educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales. Las clases de servicio con menor cantidad de solicitudes fueron la clase 38 en la cual se protegen los servicios de telecomunicaciones y la clase 45 relacionada con servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección física de bienes materiales y personas; servicios personales y sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales.

En cuanto a las clases de productos, se encontró que las clases con mayor cantidad de solicitudes fueron la clase 25 en la que se protegen las prendas de vestir, calzados y artículos de sombrerería y la clase 9 que contempla principalmente los aparatos e instrumentos científicos o de investigación, los equipos audiovisuales y de tecnología de la información y los equipos de seguridad y salvamento y los equipos electrónicos en general. Las clases de productos con menor cantidad de solicitudes presentadas ante la OEPM, son la clase 13 que comprende principalmente a las armas de fuego y los productos pirotécnicos y la clase 23 que contempla a los hilos e hilados para uso textil.

Las tendencias de solicitudes de marcas se ha mantenido a lo largo de los años, la pandemia no parece haber hecho que ciertos rubros de la economía tanto en el área de productos como de servicios se viese afectado de manera que valga la pena hacer un análisis al respecto de la temática, las clases con mayor y menor número de solicitudes se mantuvieron de la misma manera en mayor o menor medida en los últimos años.



Fuente:Elaboración propia

En cuanto al caso venezolano se encontró que la mayor cantidad de solicitudes en las clases de servicio son la clase 35 que contempla la publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales y trabajos de oficina y la clase 41 que contempla aquellos servicios relacionados a la educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales, tal y como sucede en el caso de España. Las clases con menor número de solicitudes en el área de servicios son la clase 37 que contempla servicios de construcción; servicios de reparación y servicios de instalación y la clase 40 que contempla el tratamiento de materiales; reciclaje de residuos y desechos; purificación del aire y tratamiento del agua; servicios de impresión; conservación de alimentos y bebidas.

Entre las clases de productos en Venezuela, las clases con mayor cantidad de solicitudes de marcas son al igual que en España, la clase 25 en la que se protegen las prendas de vestir, calzados y artículos de sombrerería y la clase 5, que comprende principalmente los productos farmacéuticos y otras preparaciones para uso médico o veterinario. Las clases con menor

número de solicitudes son la 13 que comprende principalmente a las armas de fuego y los productos pirotécnicos y la clase 23 que contempla a los hilos e hilados para uso textil, en este punto se puede resaltar que existe identidad en las clases con menor número de solicitudes en Venezuela y en España.

En el caso venezolano se repite lo encontrado en el caso español, la pandemia no ocasionó que se produjeran cambios en las tendencias de solicitudes de marcas, las clases en las que más se solicitaban marcas siguen siendo las mismas al igual que aquellas clases en las que menos se presentaban solicitudes, manteniendo la tendencia desde el 2017 hasta la fecha.

A fines ilustrativos y de consulta se añade en los anexos las tablas de datos que sirvieron como base para la creación de los gráficos analizados en este capítulo.

Objetivo específico: Determinar cuáles de las estrategias adoptadas por las diferentes Oficinas de Marcas pueden ser adoptadas en Venezuela a los fines de fomentar el registro, de acuerdo a la legislación nacional vigente y los planes económicos de desarrollo y fortalecimiento de la PI Venezuela.

Para determinar cuáles de las estrategias adoptadas o que se encuentran puestas en práctica por las oficinas de registro de España y Perú pudieran replicarse en nuestro país, es necesario que se determine cuál es la legislación nacional vigente y cuáles de los objetivos de los planes de desarrollo vigentes relacionados a la materia, pueden resultar útiles o de fundamentación para la aplicación de estas estrategias que se sugieren sean replicadas y adaptadas al caso venezolano.

Es así que en cuanto a legislación vigente, se cuenta con la denominada Ley de Simplificación de Trámites Administrativos la cual de acuerdo a su cuerpo normativo contempla que puede ser aplicada por la Administración Pública en la optimización de todas aquellas diligencias, actuaciones o gestiones que realizan los particulares ante los órganos y entes de esta.

Dicha ley tiene como objetivo la mejora de la eficacia y en consecuencia, la celeridad de los trámites administrativos, lo órganos de la administración pública podrán suprimir trámites innecesarios, simplificar y mejorar los trámites realmente útiles ya sea realizando el rediseño de los trámites, empleando elementos tecnológicos, creando incentivos o servicios adicionales en contraprestación al cumplimiento oportuno de los trámites.

La simplificación de los trámites administrativos estará regulada por una serie de principios entre los que vale la pena mencionar, la presunción de buena fe de los ciudadanos según el cual se debe tener como cierta la declaración del administrado, salvo prueba en contrario, se debe presumir la buena fe de los administrados y no lo opuesto, también se

encuentra el principio de la simplicidad, transparencia, celeridad y eficacia de la actividad de la Administración Pública, según el cual el diseño de los trámites administrativos debe realizarse de manera que los mismos sean claros y sencillos con el objetivo de mejorar la relación del administrado con la Administración, haciendo eficaz y eficiente la actividad de esta.

Dicha ley plantea que la Administración Pública realice inventario de los documentos y requisitos cuya exigencia pueda suprimirse de conformidad con la presunción de buena fe, aceptando en sustitución de los mismos las declaraciones juradas hechas por el interesado o un representante con carta poder. También se plantea que los órganos y entes de la Administración Pública *“aceptarán la presentación de instrumentos privados en sustitución de instrumento público y de copia simple o fotostática en lugar de original o copia certificada de documentos que hayan sido protocolizados, autenticados o reconocidos judicialmente, salvo los casos expresamente previstos en la Ley”* (Artículo 14, Ley de Simplificación de Trámites Administrativos).

La Ley de Simplificación, también señala en lo referente al pago de las obligaciones que los órganos de la Administración deben incentivar al máximo la utilización del sistema financiero, pudiendo realizarse el pago de las mismas a través de cualquier medio, incluyendo transferencias electrónicas de fondos, abonos en cuenta y sistemas de crédito.

Por último en lo referente a esta Ley, el único aparte del Artículo 45 señala que la Administración Pública deberá habilitar sistemas de transmisión electrónica de datos para que los administrados envíen y reciban la información requerida en sus actuaciones frente a la Administración Pública.

En materia normativa también se encuentra la Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas, la cual tiene por objeto *“otorgar y reconocer eficacia y valor jurídico a la firma*

electrónica, a los mensajes de datos y a toda la información inteligible en formato electrónico, independientemente de su soporte material, atribuible a personas naturales o jurídicas...”

En cuanto al cumplimiento de solemnidades y formalidades, la Ley que se estudia señala que cuando para determinados actos o negocios jurídicos la Ley exija la firma autógrafa, dicho requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos asociado a una firma electrónica. Esta ley le otorga a la firma electrónica la misma validez y eficacia probatoria que la firma autógrafa.

Ahora bien en cuanto a los objetivos contemplados en el Plan de la Patria 2019-2025 que resultan ser conformes o consonantes con las estrategias adoptadas y puestas en práctica en España y en Perú y que dada su idoneidad se sugieren sean adoptadas en Venezuela, tenemos que entre los objetivos de la nación se encuentra el impulso de mecanismos y prácticas de vigilancia tecnológica para la protección de marcas y patentes venezolanas, la dotación de equipos tecnológicos y aplicaciones informáticas a las instituciones del Estado, la supresión de requerimientos innecesarios exigidos a los ciudadanos para la realización de trámites administrativos, a través de la masificación de tecnologías y unificación de criterios, erradicando definitivamente la actividad de los gestores, el fortalecimiento del marco normativo de simplificación de trámites, el desarrollo de bases legales y normativas para la democratización de la información, simplificación de trámites, así como el proceso de modernización del Estado y desarrollo del gobierno electrónico como sistema para facilitar la participación ciudadana y la gestión pública eficiente y transparente, el fortalecimiento del marco legal de la firma electrónica, su desarrollo y soporte técnico, la expansión de su uso, así como de la información digital y por último fortalecer y expandir la política y programa Papel Cero, como optimización de trámites digitales de plena validez legal.

Las recomendaciones que se ofrecerán a continuación, se encuentran adaptadas a los estándares de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual especialmente a lo contemplado en las “Recomendaciones sobre el contenido básico de los sitios web de las oficinas

de propiedad intelectual” las cuales fueron aprobadas por el Comité Permanente de Tecnologías de la Información en su cuarta sesión Plenaria de 10 de diciembre de 1999, este compendio contempla en la sección denominada “Servicios complementarios avanzados para los sitios web de propiedad intelectual” que los sitios web de las oficinas de propiedad intelectual deben admitir la presentación electrónica de solicitudes.

Considerando todo lo anterior, las estrategias adoptadas por las oficinas de propiedad intelectual de España y Perú que consideramos serían adecuadas para fomentar el registro de marcas en Venezuela, son las siguientes:

1. Descentralización de la Oficina de Marcas: tanto la OEPM como el INDECOPI cuentan con más de una sede a los fines de diligenciar asuntos referentes a propiedad intelectual. Se encontró que España cuenta con una sede principal ubicada en la ciudad de Madrid y dieciséis centros regionales de información, en el caso de Perú de igual manera se tiene una sede principal ubicada en la ciudad de Lima y catorce oficinas regionales, la existencia de oficinas cercanas a cada comunidad resulta de alguna u otra manera en una ayuda o incentivo para que las personas procedan en este caso al registro de marcas. La lejanía de la oficina de registro, resulta ser un obstáculo debido a que los interesados deben realizar su traslado a la sede lo que implica un mayor gasto de tiempo y dinero en la realización de los trámites, las personas que no cuentan con los recursos disponibles para hacerlo simplemente desistirán de la idea de hacerlo, especialmente en el caso venezolano que obligatoriamente el interesado debe realizar el trámite de forma presencial.
2. Adaptación de la plataforma tecnológica para la presentación de solicitudes totalmente en línea: teniendo en cuenta el compendio normativo contemplado en la anteriormente señalada Ley de Simplificación de Trámites Administrativos, en la Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas, los objetivos contemplados en la Plan de la Patria 2019-

2025 y en las recomendaciones de la OMPI sobre el contenido de los sitios web de las oficinas de Propiedad Intelectual, consideramos que existe una base legal lo suficientemente basta, objetivos alineados y recomendaciones por parte de organizaciones internacionales a las cuales pertenece el país, que permiten sea replicado el sistema de solicitud ya establecido desde hace algún tiempo en la OEPM y más recientemente implementado producto los retos presentados por la aparición de la pandemia ocasionada por el COVID-19, en el INDECOPI de Perú, esta medida al igual que el resto de las que se mencionan en esta sección serán expuestas de forma más detallada en el producto final del presente trabajo especial de grado, el cual será dirigido al SAPI.

3. Implementación de plan de difusión de la Propiedad Intelectual: tal como se realizó en Perú, es de sumo interés que las personas conozcan la importancia de la propiedad intelectual, especialmente de las marcas, enaltecer el valor de las marcas para las empresas, los beneficios que trae consigo la protección de estos activos intangibles. La formación en esta materia consideramos debe realizarse a través de diversos medios y modalidades, a saber: apertura de ciclo de charlas informativas dictadas por expertos en la materia, acercamiento a las diversas asociaciones gremiales con el objeto de dar a conocer la materia, establecer la iniciativa “ el SAPI va a la calle” como un programa de difusión permanente, creación de guías didácticas dirigidas a todos los niveles de formación, hacer el aprendizaje de esta materia un asunto concerniente a todas las etapas educativas, pues generar conciencia en materia de derechos intelectuales forjará en aquellas personas interesadas la necesidad de realizar el registro de sus activos intangibles.

CAPITULO VI
DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El resultado planteado para el presente trabajo especial de grado, se corresponde con una serie de recomendaciones para la Oficina de Marcas de Venezuela a los fines de promover y/o fomentar el registro de marcas en las diversas clases internacionales, dadas las condiciones adversas que se suscitaron producto de la pandemia ocasionada por el COVID-19, basada en la experiencia vivida en España y Perú, en atención a ello se plantea el siguiente esquema para el producto final:

- ✓ Introducción
- ✓ Objetivo
- ✓ Fundamentación para las recomendaciones en base a la experiencia de España y Perú.
- ✓ Base legal para la implementación de las recomendaciones
- ✓ Listado de recomendaciones
 1. Descentralización de la Oficina de Marcas
 2. Adaptación de la plataforma tecnológica para permitir la solicitud de marcas 100% de manera digital.
 3. Estrategias para fomentar el registro de marcas y detener el declive en el número de solicitudes presentadas.
- ✓ Conclusiones
- ✓ Bibliografía

Se pretende que el producto sea enviado a las Autoridades del SAPI a los fines que tomen las recomendaciones que consideren pertinentes y procedan a su implementación en pro de mejoras en nuestro sistema que redunden en un fortalecimiento del sistema.

CAPITULO VI PRODUCTO



REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN PROPIEDAD

INTELECTUAL



**”GUIA DE RECOMENDACIONES CONTENTIVA DE ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR LA
SOLICITUD DE MARCAS EN VENEZUELA”**

Autor:

Herrera Landaeta, Mariajosé,

Caracas, Febrero 2022

INDICE

CONTENIDO	Página
Introducción	3
Objetivo	4
Planteamiento del problema	5
Fundamentación de las recomendaciones basadas en el caso de España y Perú	7
Base legal para la implementación de las recomendaciones	13
Recomendaciones	17
I. Descentralización de la Oficina de Marcas	17
II. Adaptación de la plataforma tecnológica del SAPI para la recepción de todos los trámites de solicitud a través de una plataforma en línea.	17
III. Eliminación de formalidades innecesarias	21
IV. Incentivos económicos	22
V. Educación y formación en materia de Propiedad Intelectual	22
Conclusiones	23

INTRODUCCIÓN

El presente manual de recomendaciones es el resultado de la elaboración del trabajo especial de grado denominado “ESTUDIO COMPARADO DE LOS MECANISMOS UTILIZADOS EN LA OFICINAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL DE ESPAÑA, PERÚ Y VENEZUELA, PARA MITIGAR EL IMPACTO NEGATIVO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19, EN EL NÚMERO DE SOLICITUDES DE MARCAS PRESENTADAS” el cual es uno de los requisitos académicos exigidos por parte de la Especialización en Propiedad Intelectual (EPROI) de la Universidad Monteávila para la obtención del título de Especialista en Propiedad Intelectual.

Las recomendaciones que se plantean a continuación, se formulan como resultado del estudio detallado de los sistemas de solicitud de marcas en España a través de la OEPM y en Perú a través del INDECOPI, ambos sistemas a nuestro criterio sumamente eficaces y prácticos, la aplicación en Venezuela de las medidas puestas en práctica en estas dos jurisdicciones estudiadas pueden resultar en un gran beneficio para todos los involucrados con el sistema de marcas nacional, entendiendo a los potenciales titulares de derechos, al gremio de la propiedad intelectual y los funcionarios y autoridades que conforman el SAPI.

Estas recomendaciones pretenden que el SAPI logre ofrecer a los usuarios las facilidades y beneficios que ofrecen otras oficinas de propiedad intelectual en el mundo, especialmente las oficinas de Perú y España que resultan ser excelentes ejemplos de buena gestión en la materia.

OBJETIVO

Promover mediante la puesta en práctica de una serie de recomendaciones basadas en el estudio de su aplicación en otras jurisdicciones con resultados exitosos, un crecimiento y mejora en el registro de marcas ante el SAPI de Venezuela.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El estudio de esta problemática, surgió producto de la llegada de la pandemia originada por el Covid-19, los retos de operatividad que esta generó para el momento de la solicitud de marcas ante la el SAPI.

Esta crisis sacó a relucir la cantidad de falencias que posee el sistema nacional de registro, entre las que se encuentra en primer lugar la imposibilidad de los usuarios de solicitar la protección de activos intangibles, especialmente signos distintivos ante el SAPI sin necesidad de dirigirse a la única sede del Organismo ubicada en la ciudad de Caracas.

Las restricciones de movilidad resultaron ser un gran obstáculo para los particulares y para los funcionarios que laboran en SAPI, por parte de los usuarios para solicitar la protección de sus derechos y por parte del SAPI, por la imposibilidad de brindar atención a los interesados a pesar de las circunstancias que se presentaron durante el período en que fue decretada la cuarentena producto de la emergencia sanitaria declarada por la llegada del COVID-19 a Venezuela.

A partir del año 2018, en los años sub siguientes se ha presentado una disminución bastante preocupante en el número de solicitudes, en el año 2017 ingresaron un total de 22.439 solicitudes de marcas, en el 2018 se presentaron 14.809, unas 8.000 solicitudes menos comparado con el período anterior, la tendencia de disminución de solicitudes se mantuvo, en el 2019 en el que ingresaron 10.719 solicitudes y en el año 2020 resultó ser el año de mayor crisis entendido esto por la llegada de la pandemia, ese año ingresaron únicamente 7.714 solicitudes siendo que, para el año 2021 resultó ser un poco mejor, pues de acuerdo a la información obtenida se presentaron 10.456 solicitudes de marcas. Vale decir que durante ese año, el SAPI puso en práctica una serie de medidas que consideramos fueron beneficiosas para fomentar la

solicitud de nuevas marcas pero que creemos pueden potenciarse aún más y pueden implementarse nuevas medidas que resulten en aún mayores beneficios.

A modo ilustrativo anexamos gráfico que refleja la tendencia de presentación de solicitudes de marcas desde el año 2017 hasta el 2021 el cual refleja a cabalidad la problemática que se presenta.



Este manual de recomendaciones se crea entendiendo que la disminución en el número de solicitudes de marcas, se debe a un abanico de circunstancias que no todas dependen, son concernientes o están en control directo de la Oficina de Registro, sin embargo creemos que existen medidas o acciones que pueden ser puestas en práctica para atenuar el gran declive en el número de solicitudes de marcas presentadas año a año ante el SAPI y que contribuyan a su vez con el fortalecimiento del sistema de propiedad intelectual en nuestro país.

FUNDAMENTACION DE LAS RECOMENDACIONES BASADAS EN EL CASO DE ESPAÑA Y PERÚ

Las recomendaciones que se ofrecen en la presente guía, son el resultado de la realización de un detallado estudio de los sistemas de marcas de ambos países con fines ilustrativos se realiza una breve exposición del sistema de solicitud tanto de España, como de Perú.

El caso español en la parte práctica fue detallado por la abogada Maria Alejandra Castillo, de nacionalidad venezolana radicada desde hace varios años en ese país quien es miembro de la firma española especializada en el área de la Propiedad Intelectual, Balder IP. En cuanto al sistema de solicitud de marcas, señaló que la Oficina Española de Patentes y Marcas, en lo sucesivo (OEPM) cuenta desde antes de la llegada de la pandemia con una modalidad de solicitud totalmente online, la oficina cuenta con una plataforma que permite que los usuarios realicen desde el pago de las tasas hasta la carga de todo lo concerniente a la solicitud, entendiéndose por esto, tanto el formulario como la documentación que acompaña la solicitud a través de dicha plataforma.

En cuanto a la documentación que debe ser consignada acompañada a la solicitud, señaló que es muy simple debido a que no requiere ningún tipo de formalidades, los documentos no requieren legalización, debido a que en este país la mayoría de los documentos cuentan con firma digital por lo que no hace necesario que los interesados deban dirigirse a las oficinas del ente registral para consignar documentación en formato físico.

Se encontró también que la OEPM cuenta por una parte con una sede principal ubicada en la ciudad de Madrid y con dieciséis centros regionales de información y cada uno de estos con sus propias delegaciones, todas estas distribuidas en el territorio del país permitiendo que los interesados puedan acudir a cada uno de estos en caso de así necesitarlo.

Además de contar con todo lo señalado antes de la llegada de la pandemia, la OEPM debido a la imposibilidad de los interesados de dirigirse a sus oficinas realizó el lanzamiento de una nueva sección en su página web dedicada a brindar información y herramientas para aquellos interesados en el registro y solicitud de marcas, así como también aquellos profesionales involucrados con el área, esta nueva página incluyó herramientas y cursos online dictados por la oficina de registro y por terceros, enfocados en ofrecer conocimientos relacionados a la materia y al manejo de la página web del servicio.

La fortaleza del sistema de registro de marcas español se vio reflejado en el comportamiento de las solicitudes de marcas durante el desarrollo de la pandemia, a fines ilustrativos nos permitimos agregar a continuación una gráfica que refleja la cantidad de solicitudes de marcas presentadas ante la OEPM durante los últimos cinco años.



Ahora bien, con respecto al estudio del caso peruano, especialmente lo referente al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), nos apoyamos en el testimonio de Jorge Allende quien es abogado peruano especialista en propiedad intelectual y socio de la firma Allende & García Abogados especializada en el área de propiedad intelectual. En cuando al sistema de solicitud de marcas empleado previo a la pandemia señaló que el “*sistema era netamente presencial, el INDECOPI abría de lunes a*

*viernes de 8:30 am a 4:30 pm, esa era el horario de atención y ese era el horario para la presentación de documentos*¹ (J. Allende, 2021)” por lo que al momento de ser declarada la pandemia el ingreso de nuevas solicitudes tal como es de suponerse, fue suspendido debido a la imposibilidad de los interesados de dirigirse a las sedes del INDECOPI.

De acuerdo al testimonio ofrecido por Allende existía antes de la pandemia un sistema virtual sin embargo, este para el momento de la llegada de la pandemia se encontraba en período de prueba para su lanzamiento, la cuarentena obligó a habilitar de forma definitiva este sistema para permitir la recepción de solicitudes de marcas a través de esta plataforma virtual.

En cuanto a la recepción de documentos se encontró que previo a la pandemia debía hacerse directamente en las oficinas del INDECOPI, sin embargo debido al Decreto Legislativo 1497 emitido por el Poder Ejecutivo del Perú el cual establece una serie de medidas para promover y facilitar condiciones regulatorias que contribuyan a reducir el impacto de la economía ocasionada por la emergencia sanitaria, en dicho decreto se *“confirma que documentos presentados por canales virtuales ya no deberán presentarse físicamente”*, es importante aclarar que las autoridades competentes conservan la potestad de verificar la identidad del remitente y en consecuencia, la veracidad de la información que sea remitida en los casos que así lo consideren pertinente.

Con la implementación del sistema virtual en Perú, se creó un gran beneficio y es que el horario de recepción fue ampliado completamente debido a que anteriormente estaba limitado por el horario de atención en las oficinas, sin embargo con la implementación del sistema virtual, los interesados pueden acceder al sistema y realizar trámites las 24 horas del día.

Se encontró también en cuanto a las sedes, el INDECOPI cuenta con una sede principal ubicada en la ciudad de Lima y catorce oficinas regionales, todas estas distribuidas en todo el territorio

¹ (J. Allende, comunicación personal, 6 de julio de 2021)

del Perú permitiendo que los interesados puedan acudir a cada una de estas en caso de así necesitarlo.

En cuanto a los incentivos o medidas adoptadas por el INDECOPI para sobrellevar los estragos producidos por la pandemia además de los cambios mencionados anteriormente, se encontró que se aprobó la eliminación del pago de tasas para todas las etapas del registro de marcas colectivas, esto debido a que se advierte la importancia para la economía del país de la labor realizada por los pequeños productores y emprendedores del país.

De igual manera, es puesto a disposición del público, un programa de consultoría gratuita especializada en propiedad intelectual la cual está dirigida a empresas y tiene como objetivo detectar o reconocer aquellos desarrollos generados por empresas y ofrecer una evaluación, diagnóstico y en base a ello dar sugerencias con respecto a cuáles de estos pueden ser protegidos y en consecuencia, registrados por algunos de los instrumentos de la propiedad intelectual, dicho servicio es prestado por especialistas del Instituto de forma completamente gratuita.

Para la activación de la protección de la propiedad intelectual, se produjo la iniciativa de lanzamiento de guías didácticas dirigidas a las pequeñas y medianas empresas (Mypes) para que los emprendedores afectados por la pandemia ocasionada por el COVID-19 puedan aplicar herramientas de la propiedad intelectual para incrementar la competitividad y el crecimiento de sus negocios, así es señalado en nota de prensa del 4 de agosto del 2021, entre las guías lanzadas al público destacamos la denominada “Importancia de proteger los desarrollos en las empresas: El valor de la propiedad intelectual”, la cual brinda un conjunto de elementos claves para entender la importancia de la propiedad intelectual para los negocios en la actualidad, en ella se resaltan los beneficios de proceder al registro y protección de los diversos desarrollos generados por las empresas. Esta guía ilustra a través de casos prácticos, los grandes beneficios que conlleva la protección de activos intangibles, se ilustra que la protección de los activos de

propiedad intelectual generan valor para las empresas, expanden oportunidades de negocios, mejoran las oportunidades para el levantamiento de fondos o financiamiento, aumentan la reputación de las organizaciones entre otros.

En el caso de Perú, se aprecia entonces que para el momento de la llegada de la pandemia su sistema de solicitud de marcas no se encontraba lo suficientemente óptimo para enfrentar los retos que esta trajo consigo sin embargo, lograron de forma expedita la adaptación a las circunstancias que se presentaron y lograron de alguna u otra manera que el número de solicitudes de marcas presentadas ante las diversas oficinas del INDECOPI no disminuyera de forma tan exponencial.

La fortaleza del sistema de registro de marcas peruano así como también su capacidad de adaptación y toma de decisiones acertadas en momentos coyunturales o de crisis que así lo requieren, se vio reflejado claramente en el comportamiento del número de solicitudes de marcas durante el desarrollo de la pandemia. A fines ilustrativos, nos permitimos agregar a continuación una gráfica que refleja la cantidad de solicitudes de marcas presentadas ante el INDECOPI durante el período 2017-2020.



BASE LEGAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES

La base legal que se señala a continuación es considerada fundamental para la aplicación e implementación de las recomendaciones que se realizan en la presente guía. En este sentido, encontramos en Venezuela, dos cuerpos normativos en los que se considera es fundamental apoyarse para realizar las modificaciones necesarias al sistema de solicitudes de marcas.

En primero lugar, tenemos a la Ley de Simplificación de Trámites Administrativos la cual puede ser aplicada por la Administración Pública en la optimización de todas aquellas diligencias, actuaciones o gestiones que realizan los particulares ante los órganos y entes de esta. Por tratarse el SAPI de un Organismo adscrito al Ministerio del Poder Popular para el Comercio Nacional, el cual ejerce la competencia sobre la propiedad intelectual correspondiente al Estado Venezolano y que en consecuencia forma parte de la Administración Pública, encontramos que la ley señalada anteriormente es aplicable a todos los trámites que los administrados realicen ante esta Oficina de Registro.

Habiendo establecido que la Ley de Simplificación de Trámites Administrativos resulta aplicable para la materia que nos ocupa, encontramos que esta ley tiene como objetivo la mejora de la eficacia y en consecuencia la celeridad de los trámites administrativos, por lo que lo órganos de la administración pública pueden suprimir trámites innecesarios, simplificar y mejorar los trámites realmente útiles, ya sea realizando el rediseño de los trámites, empleando elementos tecnológicos, creando incentivos o servicios adicionales en contraprestación al cumplimiento oportuno de los trámites.

La simplificación de los trámites administrativos de acuerdo a esta ley está regulada por una serie de principios entre los que encontramos que resultan de particular utilidad, la presunción de buena fe de los ciudadanos, principio según el cual se debe tener como cierta la declaración del administrado, salvo que exista prueba en contrario, de igual manera se debe

presumir la buena fe de los administrados y no lo opuesto. También se encuentra el principio de la simplicidad, transparencia, celeridad y eficacia de la actividad de la Administración Pública, según el cual el diseño de los trámites administrativos debe realizarse de manera que los mismos sean claros y sencillos con el objetivo de mejorar la relación del administrado con la Administración, haciendo eficaz y eficiente la actividad de esta.

Dicha ley plantea, que la Administración Pública realice inventario de los documentos y requisitos cuya exigencia pueda suprimirse de conformidad con la presunción de buena fe, aceptando en sustitución de los mismos las declaraciones juradas hechas por el interesado o un representante con carta poder. También se plantea que los órganos y entes de la Administración Pública “aceptarán la presentación de instrumentos privados en sustitución de instrumento público y de copia simple o fotostática en lugar de original o copia certificada de documentos que hayan sido protocolizados, autenticados o reconocidos judicialmente, salvo los casos expresamente previstos en la Ley” (Artículo 14, Ley de Simplificación de Trámites Administrativos).

La Ley de Simplificación de Trámites Administrativos también señala en lo referente al pago de las obligaciones, que los órganos de la Administración deben incentivar al máximo la utilización del sistema financiero, pudiendo realizarse el pago de las mismas a través de cualquier medio, incluyendo transferencias electrónicas de fondos, abonos en cuenta y sistemas de crédito.

Por último, en lo referente a esta ley el único aparte del Artículo 45 señala que la Administración Pública deberá habilitar sistemas de transmisión electrónica de datos para que los administrados envíen y reciban la información requerida en sus actuaciones frente a la Administración Pública.

En segundo lugar, en materia normativa también se encuentra la Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas, la cual tiene por objeto “otorgar y reconocer eficacia y valor jurídico

a la firma electrónica, a los mensajes de datos y a toda la información inteligible en formato electrónico, independientemente de su soporte material, atribuible a personas naturales o jurídicas...” esta normativa resultará ser de especial importancia si se entiende que la vía más adecuada para la mejora del sistema de solicitud de marcas es que la tramitación pase a ser completamente virtual.

En cuanto al cumplimiento de solemnidades y formalidades, la Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas que se estudia estipula que cuando para determinados actos o negocios jurídicos la ley exija la firma autógrafa, encontrándose el SAPI a nuestro criterio incluido en estos casos, dicho requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos asociado a una firma electrónica. Esta ley le otorga a la firma electrónica la misma validez y eficacia probatoria que la firma autógrafa.

Ahora bien, además de las dos leyes que sirven como base para la aplicación de las recomendaciones consideramos importante resaltar que estas recomendaciones también se encuentran apegadas o alineadas con objetivos contemplados en el Plan de la Patria 2019-2025, entre estos encontramos: I. El impulso mecanismos y prácticas de vigilancia tecnológica para la protección de marcas y patentes venezolanas II. La dotación de equipos tecnológicos y aplicaciones informáticas a las instituciones del Estado, III. La supresión de requerimientos innecesarios exigidos a los ciudadanos para la realización de trámites administrativos, a través de la masificación de tecnologías y unificación de criterios, erradicando definitivamente la actividad de los gestores, IV. El fortalecimiento del marco normativo de simplificación de trámites, el desarrollo de bases legales y normativas para la democratización de la información, simplificación de trámites, así como el proceso de modernización del Estado y desarrollo del gobierno electrónico como sistema para facilitar la participación ciudadana y la gestión pública eficiente y transparente. V. El fortalecimiento del marco legal de la firma electrónica, su desarrollo y soporte técnico, la expansión de su uso, así como de la información digital, fortalecer y expandir

la política y por último, VI. La implementación del programa Papel Cero, como optimización de trámites digitales de plena validez legal.

RECOMENDACIONES

I. **Descentralización de la Oficina de Marcas**

Consideramos de suma importancia acercar a los usuarios a la Oficina de Registro, el SAPI cuenta únicamente con una sede ante la cual se pueden realizar los trámites de solicitud de protección de marcas, esto genera que aquellas personas interesadas en obtener la protección de activos intangibles se vean en la obligación de trasladarse a la ciudad de Caracas, lugar donde se encuentra ubicada la única sede del Organismo.

Que exista una única sede a nivel nacional representa un obstáculo para las personas debido a que además, los interesados deben realizar el pagos de las tasas y aranceles para solicitar la protección deben añadir a eso los costos de traslado a Caracas, si las personas se encuentran ubicadas en otros estados del país deben ausentarse de su lugar de residencia, disponer de cierta cantidad de tiempo para poder llevar a cabo el trámite, tal como se encuentra diseñado en este momento.

Con la apertura de nuevas sedes en las ciudades más pobladas del país se estaría eliminando este obstáculo o se estaría reduciendo la cantidad de tiempo y dinero que debe ser invertido para poder acceder a la protección de estos activos intelectuales tan importantes.

II. **Adaptación de la plataforma tecnológica del SAPI para la recepción de todos los trámites de solicitud a través de una plataforma en línea.**

Si bien es cierto que el SAPI a lo largo de los últimos años ha trabajado en la actualización de su plataforma tecnológica con el objetivo de ofrecer a los usuarios más y mejores servicios a través de su plataforma en línea WEBPI, es necesario que se dé el salto definitivo a la presentación de las solicitudes de registro de marcas a través de esta, tal como se apreció con la llegada de la pandemia, el SAPI no se encontraba preparado para enfrentar la virtualidad, el Organismo se vio en la obligación de crear vías de solicitud que no fueron del todo eficaces,

generaron una gran cantidad de rezago en el procesamiento de las solicitudes de marcas, generaron nuevas cargas puesto que los expedientes debieron ser creados por la Administración cuando lo que corresponde, es que el interesado tenga la carga de crear el expediente de su solicitud hasta tanto no se implemente un mecanismo que sea tan expedito que permita la inmediata creación del mismo a través de la remisión de todo lo que fuere necesario a través de una plataforma diseñada para ello.

Insistimos en que este tipo de inconvenientes, es eliminado por completo cuando se crea una plataforma lo suficientemente robusta como para poder soportar el ingreso de todas las solicitudes de trámite a través de la página web, para lo que es necesario por supuesto la adquisición de servidores que permitan llevar a cabo esta operación que para este momento resulta imposible realizarse debido a la carencia de los equipos necesarios.

Consideramos de vital importancia que en esta adaptación de la plataforma se incluya: en lo que respecta al **pago de tasas y aranceles**, una pasarela de pagos directamente en la plataforma donde los usuarios puedan proceder a realizar el pago de estos utilizando sus instrumentos bancarios, esto eliminará el tiempo de espera que existe actualmente entre el momento en que el usuario procede a realizar la transferencia de pago y el momento en que dicha transferencia de fondo es acreditada en la página web, y el momento en que el usuario puede hacer uso de estos. De lunes a viernes el tiempo de espera aproximado es de 24 horas, aquellos usuarios que deseen hacer pagos durante el fin de semana deben necesariamente esperar hasta el día lunes para poder hacer uso de estos.

Con la habilitación de una pasarela de pagos directamente en la página WEB, el usuario podrá pagar por los servicios que requiera e inmediatamente proceder a solicitar el servicio logrando que en un mínimo tiempo el interesado pueda pagar y realizar la solicitud todo sin necesidad de salir de la plataforma.

Otra elemento que consideramos importante que se tome en cuenta a la hora de la actualización de la plataforma, es que los usuarios puedan realizar la carga de toda la **documentación concerniente a la solicitud de marcas** a través de la página WEB, tal como se ha puesto en práctica para la contestación de oposiciones, contestaciones de devolución y solicitudes de prórroga, consideramos sumamente valioso que el usuario pueda cargar toda la documentación requerida a través de la plataforma en línea sin necesidad que luego acuda a la Oficina de Registro para hacer su consignación.

Esto brindará grandes beneficios, debido a que se irá creando un archivo digital de todas las solicitudes de marcas que van ingresando aliviando la labor de digitalización del archivo que eventualmente deberá llevarse a cabo en el SAPI en la medida en que la plataforma sea adaptada para ello. Con lo anterior, los examinadores podrán acceder a los expedientes desde cada uno de sus lugares de trabajo o incluso desde sus casas, sin necesidad de tener los expedientes en físico en mano, lo cual permite que se lleve a cabo el desempeño de las funciones de forma remota, que cabe destacar para el momento de la declaración de cuarentena fue tan necesario debido a las exigencias del momento y para el que, lamentablemente no se contaba con los recursos necesarios para hacerse de esta manera.

Con la ampliación de las funcionalidades de la plataforma WEBPI se tendrá que dar el mismo valor de la firma autógrafa a la firma digital, si bien forma parte de los requisitos establecidos el hecho de que las planillas de solicitud deben ser firmadas por el solicitante o en su defecto por su apoderado o representante, deberá admitirse la firma digital de las solicitudes y de todas las actuaciones que se quieran llevar a cabo a través de la plataforma online, tal como se encuentra estipulado en la Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas.

Consideramos de igual manera que con la ampliación de las funcionalidades de la plataforma WEBPI, será de gran utilidad integrar la notificación por vía correo electrónico de todas las etapas o asuntos concernientes al trámite de registro de los interesados. Entendemos

que esta no es una obligación de la Administración debido a que el deber de esta, es notificar únicamente a través del Boletín de la Propiedad Industrial de todos los lapsos y asuntos que resulten de relevancia para la tramitación de las solicitudes de marcas. Sin embargo resultará beneficioso para los interesados, sobre todo para aquellos que no se encuentren totalmente familiarizados con el trámite de solicitud de marcas, que sean notificados directamente a sus correos electrónicos, pues es bien sabido que por no ser los interesados lo suficientemente diligentes en la vigilancia y supervisión del trámite de registro de la marca, se puede dar el vencimiento de lapsos para contestar o realizar el pago de aranceles.

Esta es una herramienta que a pesar que no está directamente relacionada con la solicitud de la marca en sí, creemos puede resultar sumamente beneficioso para que la mayor cantidad de solicitudes que ingresen logren llegar a la etapa de registro.

III. Eliminación de formalidades innecesarias

Consideramos necesario que se elimine la solicitud de información o requisitos que ya se encuentran en poder de la Administración, con esto nos referimos específicamente a dos formalidades requeridas al momento de proceder a realizar la solicitud la marca. En primer lugar, consideramos necesario que se elimine el requisito de consignar comprobante o recibo de búsquedas fonéticas o gráficas, esto debido a que el llenado del formulario de solicitud requiere que el interesado antes de proceder a la carga de la información de la solicitud haya realizado previamente las búsquedas del signo que desea proteger, por lo que resulta redundante que la Administración requiera le sea consignada en soporte material información al momento de la formalización de la solicitud que ella misma genera y que además, ya se encuentra cargada en su base de datos y asociada a un trámite de registro.

En segundo lugar, consideramos necesario que sea eliminado el requisito de consignación de facsímiles de las marcas que contienen diseño al momento de la consignación

en taquilla. Entendemos que esta es una formalidad establecida en la Ley de Propiedad Industrial, sin embargo, la Ley de Simplificación de Trámites Administrativos establece en el segundo aparte del Artículo 5, que la Administración Pública tiene la potestad de:

*“2. Simplificar y mejorar los trámites realmente útiles, lo cual supone, entre otros aspectos:
a) Llevar los trámites a la forma más sencilla posible, reduciendo al mínimo los requisitos y exigencias a los ciudadanos, dejando única y exclusivamente los pasos que sean verdaderamente indispensables para cumplir el propósito de los mismos o para ejercer el control de manera adecuada.”*

Si tenemos en cuenta que la Administración al momento de dar ingreso a una nueva solicitud ya cuenta en su base de datos con el diseño que se pretende proteger en formato digital, consideramos innecesario que los interesados deban proceder a la consignación de facsímiles en formato físico, especialmente si tenemos en cuenta que ninguna impresión logrará tener la cantidad de detalle que puede tener la versión del diseño que se quiere proteger en formato digital.

IV. Incentivos económicos

A este respecto consideramos que será un gran beneficio que se haga del programa de exoneración de tasas para las Pymes que tuvo vigencia hasta diciembre de 2021, un programa permanente, esta exoneración de tasas de solicitud puede resultar de gran alivio para aquellos pequeños y medianos empresarios que apenas ingresan a la actividad económica.

En segundo lugar, creemos necesario que se haga una reevaluación de los costos de las tasas de tramitación de las marcas, sugerimos que se haga posterior a la comparación de costos de solicitud ante las distintas oficinas de Propiedad Industrial en el mundo, de igual manera se debe tener en cuenta al momento del establecimiento de los costos los beneficios que ofrecen para los particulares que procedan a solicitar la protección de sus marcas en una jurisdicción como la venezolana.

V. Educación y formación en materia de Propiedad Intelectual

En este punto quisiéramos destacar de forma positiva, la iniciativa del SAPI de dar a conocer los beneficios de la Propiedad Intelectual, el acercamiento que realizó la oficina de registro con los comerciantes a través del programa “ El SAPI va a la calle” va directamente a buscar a los interesados y promueve la protección de las marcas, por lo que consideramos que debe ser un programa que se realice de forma permanente en las diversas zonas de alta afluencia comercial y que puede ser extendida incluso a otros sectores.

Creemos que es de sumo interés que las personas conozcan la importancia de la propiedad intelectual, especialmente de las marcas, enaltecer el valor de las marcas para las empresas, los beneficios que trae consigo la protección de estos activos intangibles. La formación en esta materia consideramos debe realizarse a través de diversos medios y modalidades, a saber: apertura de ciclo de charlas informativas dictadas por expertos en la materia, acercamiento a las diversas asociaciones gremiales con el objeto de dar a conocer la materia, creación de guías didácticas dirigidas a todos los niveles de formación, hacer el aprendizaje de esta materia un asunto concerniente a todas las etapas educativas, pues generar conciencia en materia de derechos intelectuales forjará en aquellas personas interesadas la necesidad de realizar el registro de sus activos intangibles.

CONCLUSIONES

Sin dudas el sistema de solicitud de marcas en Venezuela tiene todavía mucho por recorrer, mucho que cambiar, sin embargo, creemos que va encaminado a un buen lugar, la inversión en capital humano y tecnológico son claves para el avance del Registro de la Propiedad Industrial y con ello, del fortalecimiento de la propiedad intelectual.

Las recomendaciones que aquí se ofrecieron, están dirigidas a perpetuar las buenas iniciativas ya puestas en práctica y a ofrecer nuevas ideas basadas en la experiencia de oficinas de marcas con lo son la OEPM y el INDECOPI, las cuales lograron de forma exitosa sobrellevar los retos que propuso la llegada de la pandemia a estos países.

Lamentablemente, Venezuela aún no se encuentra a la altura de estas oficinas de registro pero creemos que con la implementación de estas medidas se pueda en un futuro esperemos no muy lejano, poder estar al nivel de las mejores oficinas de propiedad intelectual del mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allende, Jorge (2021). Comunicación personal.

Baldwin, Richard. Weder di Mauro, Beatrice. (2020). *Mitigating the COVID economic crisis: act fast and do whatever it takes*. <https://voxeu.org/content/mitigating-covid-economic-crisis-act-fast-and-do-whatever-it-takes>

Boletín Oficial del Estado. España. (2020). Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692>

Castillo, Maria Alejandra (2021). Comunicación personal.

Drivas, Kyriatos (2020). *EUIPO trademark applications withstood the first wave of the Covid-19 pandemic*. <https://voxeu.org/article/trademark-applications-indicator-post-covid-economic-activity>

EUIPO (2021). *EUIPO statistics for European Union trade marks 1996-01 to 2021-12* .

Gestión (2020). *Indecopi reactiva pedidos de registros virtuales de marcas durante estado de emergencia*. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-indecopi-reactiva-pedidos-de-registros-virtuales-de-marcas-durante-estado-de-emergencia-nndc-noticia/>

Gobierno de España. *La firma electrónica*. (s.f)
<https://firmaelectronica.gob.es/Home/Ciudadanos/Firma-Electronica.html>

INDECOPI (2020). *El Indecopi elimina tasa de marcas colectivas para alentar reactivación económica de organizaciones de productores y emprendedores*
<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/320686-el-indecopi-elimina-tasa-de-marcas->

[colectivas-para-alentar-reactivacion-economica-de-organizaciones-de-productores-y-emprendedores](#)

INDECOPI (2020). *Revista internacional World Trademark Review destaca las herramientas tecnológicas y servicios innovadores que el Indecopi ofrece a la ciudadanía en tiempos de pandemia.*

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7790/NP%20200918%20Revista%20World%20Trademark%20destaca%20acciones%20del%20Indecopi%20en%20bien%20de%20la%20PI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDECOPI (2020). *Indecopi lanza campaña #YoProtejoMiMarca para facilitar el registro virtual sin salir de casa.* <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/292728-indecopi-lanza-campana-yoprotejomimarca-para-facilitar-el-registro-virtual-sin-salir-de-casa>

INDECOPI (2021). *El INDECOPI recibió 37 250 solicitudes de registros de marcas pese a la pandemia.* https://www.indecopi.gob.pe/en/notas-de-prensa/-/asset_publisher/A97k3Jaho6e9/content/el-indecopi-recibio-37-250-solicitudes-de-registros-de-marcas-pese-a-la-pandemia?inheritRedirect=false

INDECOPI (2021). *El Indecopi presenta cinco guías didácticas para impulsar la reactivación de las Mipymes utilizando herramientas de la propiedad intelectual.* <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/8319/NP%20210804%20Indecopi%20presenta%20guias%20para%20Mipymes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDECOPI (2021). *RUTA PI. Consultoría gratuita especializada en propiedad intelectual.* <https://www.rutapi.pe/conoce-mas>

INDECOPI (2021). *Importancia de proteger los desarrollos de las empresas: El valor de la propiedad intelectual.* <https://www.patenta.pe/documents/2487468/2487652/3+->

+Importancia+de+proteger+los+desarrollos+en+las+empresas+-

+El+valor+de+la+propiedad+intelectual.pdf/e4f23653-c5e9-8308-cabd-695626bbf7d0

Jiménez, Carolina (2021). Comunicación Personal.

Ley sobre mensajes de datos y firmas electrónicas. Presidencia de la República. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 37.076.

https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_ven_anexo19.pdf

INDECOPI (2021). *El Indecopi recibió 37 250 solicitudes de registros de marcas a pesar de la pandemia.*

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/8011/NP%20210202%20Balance%20PI%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lince, Tim (2022). *Live updates: IP offices implement measures in wake of coronavirus crisis*

<https://www.worldtrademarkreview.com/coronavirus/ip-offices-implement-measures-in-wake-of-coronavirus-crisis>

OEPM (2020). *Información actualizada sobre las repercusiones del COVID-19: vencimiento de plazos a los efectos del Sistema de Madrid y del Sistema de La Haya.*

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_06_22_Nota_informativa_OEPM_ven_cimiento_plazos.html?accesoInterno=true

OEPM (2020). *Medidas adoptadas por la OEPM en relación a la emergencia sanitaria del COVID-19.*

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_03_12_Medidas_adoptadas_OEPM_COVID_19.html?accesoInterno=true

OEPM (2020). *Resolución del Director de la OEPM sobre la continuidad de los procedimientos administrativos de las distintas modalidades de PI, con consentimiento del interesado, durante la*

vigencia del estado de alarma.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_03_25_Resolucion_Disposicion_Adicional_tercera.html?accesoInterno=true

Ortíz de Zárate, Roberto (2020). COVID-19: la respuesta de Europa contra la pandemia.

https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/organismos/union_europea/covid_19_la_respuesta_de_europa_contra_la_pandemia_2020

Organización Mundial de la Salud (2020). [https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))

Organización Mundial de la Salud (2021). *Advice for the public: Coronavirus disease (COVID-19)*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (2020). Aviso Oficial DG-005/2020. <https://sapi.gob.ve/download/aviso-oficial-dg-05-taquilla-virtual-2/#>

Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (2021). *SAPI va a la calle para brindar asesoría y apoyo a Pymes, emprendedores e innovadores*. <https://sapi.gob.ve/sapi-va-a-la-calle-para-brindar-asesoria-y-apoyo-a-pymes-emprendedores-e-innovadores/>

CAPITULO VII
ANEXOS

I. Entrevistas

María Alejandra Castillo (MAC). Miembro de la firma especializada en Propiedad Intelectual en España, Balder IP.

MH: ¿Cómo era el sistema de solicitud de marcas previo a la pandemia ocasionada por el COVID-19, contaban con un sistema completamente virtual o las solicitudes de marcas se podían hacer únicamente de manera presencial?

MAC: Online 100% online, de hecho desde antes de la pandemia como ahora era online, entonces eso ha sido una ventaja porque nunca afectó, no es que no afectó, pero el tema de la presentación no se vio afectado con el tema COVID, porque todas las gestiones, desde el pago de las tasas hasta la presentación todos los trámites en la OEPM, son online

MH: ¿Es decir toda la documentación, soportes es subido a la plataforma de la OEPM?

MAC: todo absolutamente todo se hace y se sube online, también en países como Chile el 90% de la documentación es online, otra ventaja que hay es que la documentación es simple, es decir que no requieren de legalización ni de mayores formalidades con lo cual ellos tienen muchos formatos que se firman online y aquí en España se utiliza muchísimo la figura de la firma digital, con lo cual prácticamente todo se puede hacer en línea.

MH: ¿En España con el primer choque del COVID, en algún momento se detuvo la solicitud de marcas o todo continuó normalmente?

MAC: Todo continuo normal, lo que si hubo una decaída en la presentación sin duda porque muchas empresas cerraron, la estimación es que hubo una baja del 30% la presentación de solicitudes ante la oficina, porque aunque evidentemente la oficina no cerró muchas empresas con el confinamiento cerraron entonces eso afecto la presentación, pero la oficina si no me equivoco lo que hubo fue una suspensión de plazos legales para determinados trámites.

También en Latinoamérica está el caso de Paraguay que pasó a ser también online, en el caso de Perú se aceleró el tema de la taquilla online, el tema en Perú es que ellos exigían que por lo menos los documentos de cesión debían presentar en la oficina y legalizados, ahora los está permitiendo presentar online, ahora aparentemente según nos informan nuestro colegas en Perú, nos informan que esto es una medida temporal no es que han decidido cambiar a que solamente se presenten las solicitudes de marcas online, sino que es una medida que están tomando porque en Perú están habiendo cierres por COVID a veces sin atención al público, pero efectivamente desde hace mucho tiempo en Perú muchas de las gestiones se podían hacer online y lo que hicieron fue acelerar y ahora el 100% de las gestiones se pueden hacer online

MH: ¿En España se implementó algún tipo de incentivo para mitigar esa caída en las solicitudes de marcas?

MAC: No al final no hubo ningún incentivo, la oficina siguió abierta pero evidentemente la actividad económica se vio afectada por el tema COVID y por ende eso se vio reflejado en el número de solicitudes que fueron presentadas ante la Oficina de Marcas, pero de incentivos como tal por parte de la oficina no hubo ni disminución de tasas ni nada de eso.

MH: Ese 30% de disminución de solicitudes de marcas que me comentas, tienes alguna fuente a la que pueda acudir para obtenerlas

MAC: Lo que pasa es que una de las socias de BALDER, es la presidenta del colegio de agentes de aquí de España, entonces esas cifras nos la dio ella en una presentación que hicimos, ahora me parece que en expansión que es un periódico aquí en España o en COAPI que es el colegio de agentes de aquí de España, esa es una información que dieron del Colegio a la OEPM, sabes que pasa que realmente el área de nacional yo no la toco entonces

esto fue una presentación general sobre este tema y de cómo se afectó, la región aquí en Europa y en Latinoamérica, pero si hay una información pública no te sabría decir.

MH: ¿Ahora conociendo la situación venezolana y tu viviendo el día a día en España ahora, cuáles serían las modificaciones que tu implementarías para lidiar con todo esta situación y no solo para esta coyuntura sino también para que exista un cambio a futuro más allá de la pandemia?

MAC: No lo que pasa que yo veo Mariajosé es que el SAPI tiene demasiada burocracia a la hora de gestionar un trámite, ellos necesitan, en comparación con otros países de Latinoamérica te lo digo con experiencia de que tenemos proyectos de presentación en 20 países simultáneos y siempre los que, mayor tiempo toma gestionar, con decirte que una marca en Perú en Chile o en Argentina, en dos horas queda presentada, nosotros mandamos instrucciones para presentar marcas en 20 países y la mayoría el mismo día en una horas, tienes el comprobante de presentación, en Venezuela tienes el tema de las tasas que necesitas 48 para validar el pago y que te exigen por ejemplo la presentación de documentación en físico del poder por ejemplo, en la mayoría de los países la presentación es online entonces si me preguntas ellos están muy retrasados y tiene que evitar los formalismos y la burocracia, que apliquen la Ley de Simplificación de Trámites, tu no lo ves o sea cada vez que tú tienes que presentar un trámite en Venezuela es súper engorroso ahora fíjate que tu presentas en taquilla virtual pero igual luego te devuelven la solicitud, porque entonces nosotros tenemos un problema con los clientes porque entonces tienes que consignar el poder enumerarlo y presentar con el poder, hasta antes de la pandemia no te dejaban presentar una marca sin poder si no estabas invocando prioridad por ejemplo, entonces hoy en día lo están permitiendo por la taquilla virtual pero posteriormente lo consignas pero igual tienes un oficio de devolución devolviéndote el trámite, entonces por donde lo veas, en comparación con el resto de las oficinas hay demasiada burocracia y tienen

que simplificar, apoyarse en la tecnología e ir a todo online, y empezar a eliminar formalidades de la documentación, porque no tienes incentivos en el cliente extranjero para invertir o para hacer una gestión porque todo te cuesta más caro y es más complicado, entonces si yo tengo que presentar en varios países, si tengo que legalizar el poder para poder presentar en Venezuela, cuando con Chile es con simple firma, en Perú es con simple firma o es una simple autorización y es online, entonces yo lo que veo la verdad es que se necesita simplificar es que se necesitan simplificar los trámites ante la Oficina de Marcas venezolana. En Venezuela la taquilla virtual no está cumpliendo con la función que tiene, por ejemplo en argentina en el 2019 era así, pero ya desde el 2019 o incluso antes, todo es 100% online y ojo en Argentina es uno de los países que todavía exigen el poder legalizado, pero nosotros lo que hacemos es que gestionamos el poder, lo legalizamos, lo escaneamos y se presenta esa solicitud ese mismo día el trámite, en Venezuela no, en Venezuela tiene que mandarlo para que llegue en 7 días para que entonces se tenga que presentar, enumerarse para que entonces después es que se pueda presentar la marca, eso no tiene sentido.

Jorge Allende (JA). Socio de la firma especializada en Propiedad Intelectual en Perú, Allende & García Abogados

MH: ¿Cómo era el sistema de solicitud de marcas previo a la pandemia ocasionada por el COVID-19, contaban con un sistema completamente virtual o las solicitudes de marcas se podían hacer únicamente de manera presencial?

JA: Antes de la pandemia nuestro sistema era netamente presencial, el INDECOPI abría de lunes a viernes de 8:30 am a 4:30 pm, esa era el horario de atención y ese era el horario para la presentación de documentos, cuando viene la pandemia a partir del 15 de marzo que nos encierran acá en Perú, el INDECOPI estuvo paralizado desde el 15 de marzo hasta el 9 de abril, en esas tres semanas el INDECOPI implementó, que ya lo venía haciendo un sistema virtual pero que casi nadie usaba, que a veces lo habilitaban y a veces lo deshabilitaban entonces ya tenían algo y en esas tres semanas que te digo de marzo a abril actualizaron, se volvieron virtuales, entonces ahora todo es virtual, la mesa de partes está atendiendo dos veces a la semana martes a jueves de 9:00 am a 12:00 pm, pero los documentos las marcas y todo se presenta de manera virtual, han creado una plataforma, hay una mesa de partes virtual y ya no hay un horario, si el plazo te vence hoy día primero de julio tienes hasta las 11:59 para presentar los documentos, antes era hasta las 4:30 de la tarde que se podían presentar los documentos.

MH: ¿Cómo era el proceso de solicitud de marcas previo a la pandemia?

JA: En la página web del INDECOPI había unos formularios, los interesados los llenaban y se tenían que presentar en el INDECOPI, todo se presentaba de manera presencial.

MH: Me dices que el ingreso se suspendió por tres semanas, ¿después de esas tres semanas la oficina creó algún tipo de incentivo para que los particulares volvieran a

presentar sus solicitudes o simplemente abrieron la parte online y siguieron funcionando normalmente?

JA: No nada, con respecto a marcas no, lo que si antes de la pandemia el INDECOPI había implementado las renovaciones virtuales, eso si ya estaba implementado desde antes de la pandemia y si había un incentivo con respecto a la tasa, si la presentabas presencial costaba 90 dólares y si lo presentabas online costaba 60 dólares, eso sí pero eso es con las renovaciones, el problema ha sido que teníamos un presidente de INDECOPI que era recontra digital y su plan de gobierno, porque el gobierno del presidente de INDECOPI dura 5 años, su plan era digitalizar y que todo sea digital, entonces ello ya venían haciendo esto, lo que hizo la pandemia fue apresurar, que el INDECOPI se vuelva digital, el tema es que el presidente del INDECOPI renunció en junio del año pasado, tuvo unos problemas políticos como tiene Perú en estos últimos tiempos y por eso también ha renunciado el director de marcas y el mes pasado ha renunciado el director de derecho de autor, nuestro país ahorita políticamente está movido entonces eso es lo que ha pasado, pero el INDECOPI está funcionando bien, todo es online, tenemos audiencias por Zoom, todos los documentos se pueden presentar online, lo que si es que puedes presentar hasta 10 documentos con un peso máximo de hasta 10 GB, por eso han abierto mesas de parte martes y jueves para que presentes documentos tipo pruebas y eso.

MH: ¿Tu trabajando a diario con particulares interesados has notado que ha habido una disminución de solicitudes ante el INDECOPI a raíz de la pandemia o posterior a la pandemia, o consideras que después de que se reanudó la actividad se retomaron las cifras normales?

JA: si yo creo que se mantuvo todo normal, yo creo que sí, seguro si vemos estadísticas al mes, si vemos las estadísticas que el INDECOPI publica todo en su página web, INDECOPI publica todo, es muy probable que las solicitudes de extranjeros puedan haber bajado, pero

la solicitud de nacionales, todo el mundo ha registrado marcas, todo el mundo que está en su casa agarró y dijo, porque no vengo y voy a vender ropa y voy y registro la marca, hay porque no hago no se me vuelvo profesor de gimnasio y me vuelvo profesor de gimnasia online y cosas así, hay mucha gente, las personas naturales, los que el INDECOPI aquí llama los usuarios de a pie, que son los usuarios que van al INDECOPI a presentar su marca, sin necesidad de buscar un abogado, esos deben haber aumentado.

MH: Entonces consideras que las personas tienen cierto nivel de cultura de Propiedad Intelectual

JA: Mas o menos sí, yo diría que sí, lo que pasa es que el INDECOPI, ha creado en detrimento del gremio ha hecho que las búsquedas ahora son gratis, la solicitud no necesitas un abogado para presentar las marcas, así hayas llevado un proceso de oposición no necesitas un abogado tú mismo lo puedes llevar, el INDECOPI ha creado un departamento de atención al usuario que te revisa la búsqueda, te revisa te dice, si pasa o no pasa, el INDECOPI está actuando un poco de juez y parte. Pero tengo muchos casos que los particulares te buscan cuando le presentan una oposición a su marca, pero para presentar la marca todo el mundo dice que la presenta solo, llena el formulario, pagas la tasa y listo, pero muchas veces como el INDECOPI hace el examen de confundibilidad y algo que está haciendo recién, desde este año, que no hacía antes es hacer una búsqueda con clases vinculadas, el INDECOPI por ejemplo si tu solicitas una marca en clase 3 entonces ellos hacían el examen de confundibilidad en clase 3, y si no había ninguna marca la marca te la otorgaban, recién hace unos seis meses, ya el INDECOPI está haciendo el examen de confundibilidad con clases vinculadas, es decir si yo solicité una marca para cosméticos en clase 3 para cosméticos, me hacen el examen tomando en cuenta también la clase 5, o si solicitas una marca para telecomunicaciones en 38 también te hace la búsqueda en clase 9, entonces eso no había

antes, lo que tiene sus pros y sus contra. También han quitado las tasas de búsquedas, entras a busca tu marca Perú y puedes hacer las búsquedas que quieres

MH: ¿Cuáles son los costos de solicitud de una marca? ¿Son accesibles?

JA: Son 534.99 soles, que más o menos ahorita el dólar está en 3.9, hasta hace 3 meses estaba en 3.3, esto ha fluctuado por la situación política, la segunda vuelta de las elecciones, el dólar ha llegado a 4 y ha bajado un poquito, eso son unos 140\$ más o menos.

MH: Por lo que me comentas entonces la pandemia no ha afectado mucho la solicitud de marcas en Perú

JA: sinceramente yo te estoy hablando de mi experiencia, no sé exactamente las estadísticas que maneja INDECOPI a nosotros como oficina no nos ha ido mal, si bien ha bajado un poco en el sentido que se ha facturado menos, también se ha gastado menos, entonces hemos quedado igual o hasta mejor.

MH: ¿Se espera que el INDECOPI retoma sus actividades normales de forma presencial, o crees que no?

JA: El problema es que hubo muchos contagios en INDECOPI, hubo quejas entonces yo me imagino que cuando ya el país esté más seguro, me imagino que abrirán físicamente, pero yo nuevamente creo que la pandemia tiene sus pros y sus contras, creo que la virtualidad ha llegado para quedarse.

Carolina Jiménez (CJ) . Coordinadora de Marcas del Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual.

MH: El 13 de marzo de 2020 fue decretada la cuarentena en el país ¿cómo fueron esos primeros días dentro del SAPI? ¿Cuáles fueron los lineamientos dictados?

CJ: Fíjate, yo para esa época no estaba aquí (en el cargo de Coordinadora de Marcas del SAPI), yo estoy como desde octubre, pero si, te lo digo como usuaria, de alguna manera esto nos agarró a todos de sorpresa y fue una especie de caos, de hecho el registro se para porque no trabajaba, trabajamos de manera virtual en lo que tiene que ver con llenar el formulario, pero de resto no estaba preparado para hacer todo el procedimiento de manera virtual, entonces voy avanzando en el tiempo ya yo entre que dejé de ser usuario externo y ahora estoy aquí adentro veo que fue muy improvisado, yo creo que no se sentaron realmente a analizar un procedimiento específico y cuáles serían los pro y los contra, de hecho siento que el administrado se vio muy afectado ¿Por qué? Sacan un primer aviso oficial, en el que te dicen que tú vas a presentar tu solicitud vía virtual y que en tus semanas liberadas tú consignas tu expediente, cuando yo llego aquí me consigo con que el expediente lo hacen aquí, que no tiene sentido que tu traigas la planilla impresa, porque ya ellos aquí imprimen todo, lo que tienes que traer son tus recaudos, mucha gente angustiada porque piensa que no tiene un expediente físico, cuando el expediente en físico si existe, otra cosa es que tampoco midieron ese impacto porque pasaron de ser una oficina donde se supone que toda la carga del trámite estaba en manos del interesado y con esta vuelta de pandemia se volvió a cargar a la administración la carga de formar un expediente, lo cual evidentemente trae también un retraso en taquilla porque taquilla no tenía programado ese trabajo, taquilla simple y llanamente era un órgano receptor, ahora ellos tienen que imprimir planillas, llenar carpetas, foliar todo allá arriba, ciertamente ha traído mucho, mucho, para mí ha traído muchos inconvenientes y todavía no siento que se termina de sincerar el procedimiento, yo soy por

ejemplo de la opinión de que se tuvo que haber sacado un aviso oficial donde se diera un tiempo prudencial a las personas para consignar documentos, nos encontramos con la realidad con que hay expedientes de principio de pandemia que todavía están sin los anexos, sin las actas constitutivas de las empresas, entonces qué es lo que pasa, que nos ha tocado, nos ha generado un atraso porque cuando yo devuelvo un expediente, una marca fácil se me retrasa dos meses el procedimiento, lo cual también trae como consecuencia que me empiezo a quedar sin expedientes para hacer examen de registro, todo porque se tuvo que improvisar y todo ha traído un retraso en lo que es el engranaje interno de la Oficina de Marcas, porque aquí se hace desde las búsquedas, forma y fondo, entonces todo eso se ha venido retrasando.

MH: ¿Cuánto tiempo exactamente se detuvo el ingreso de solicitudes?

CJ: Es que se permitían ingresar virtual, enseguida pero lo que donde no hubo un procedimiento realmente establecido fue en la consignación de documentos, porque creo que si fue más o menos rápido, fue más o menos un mes después no fue de inmediato, el 27 de abril de 2020 se abrió la taquilla virtual

MH: ¿Las medidas para reactivar el funcionamiento cuales fueron a partir de ese mes de suspensión, la activación de esa taquilla virtual?

CJ: Las medidas no fueron muchas porque seguimos contando con el mismo sistema, simple y llanamente se establece un nuevo correo a través del cual mandan la planilla, a ver el usuario genera su planilla imprima, escanea firma y consigna la planilla a través de un correo, no hay mayor diferencia en el sistema

MH: ¿La única adaptación fue esa, la creación de un nuevo correo a través del cual los usuarios envían sus trámites?

CJ: Claro que trae otras consecuencias, que tú tienes que tener personas trabajando porque después que se acaba el horario de atención al público las planillas se siguen consignando

de manera virtual y tú tienes que tener gente en taquilla trabajando hasta las 7, 8 de la noche. ¿Qué otra cosa ha influido? Todavía no se ha establecido un horario, es decir para yo guardarte el derecho de prioridad, se supone que es hasta las 12 de la noche pero es mentira porque no hay un usuario (funcionario) a las 12 de la noche que te pueda imprimir porque claro el correo, se supone que tu fecha de presentación es la fecha del correo por lo que yo al día siguiente voy a tener que levantar un acta donde yo diga que la fecha de presentación real es tal, aunque está pasada por el reloj del día siguiente, entonces esas son una de las realidades y de hecho lo que se está hablando es ponerle un horario a la taquilla virtual, así como cuando tú vas a presentar de repente un trámite en el SAIME que después de cierta hora tú no puedes entrar en el sistema

MH: pero también eso es un poco difícil porque si las solicitudes ingresan a través de un correo electrónico ¿cómo haces para detener el ingreso de nuevas solicitudes?

CJ: Simple y llanamente la taquilla tiene un horario y si el correo llega después por ejemplo de las 4 de la tarde se toma como fecha cierta la del día siguiente, pero es complicado porque nosotros trabajamos con derecho de prioridad, es complicado.

MH: ¿Una vez reactivado el ingreso de nuevas solicitudes notaron disminución en el número de solicitudes promedio?

CJ: Lo que pasa es que fíjate, nosotros tenemos una disminución drástica en solicitudes pero es que al tema de la pandemia se nos, esto te lo digo como un opinión personal y lo he tratado de manejar aquí, al tema de la pandemia se nos suma el tema de las tasas, son unas tasas muy costosas, entonces ya se veía mermada el número de solicitudes por el tema económico y la pandemia terminó de agravar la situación, el SAPI ha tomado y el gobierno ha tomado decisiones para incentiva al usuario, sí, de hecho creo que sabes que ahorita se da el tema de las PYMES que es totalmente gratuito y yo creo que el tema de que existe la taquilla virtual

ayuda sobre todo a la persona que está fuera de Caracas, pero en tema de números un buen año cuando yo estaba aquí era de 22.000-23.000 marcas presentadas, el año pasado yo estando en la parte privada si hice un sondeo y el año cerró en 10.000-11.000 solicitudes, para hace 15 días que estuve en el directorio, comenzando el mes de junio, habían 3.800 solicitudes, mal, mal porque a lo que va de año porque para un año malo deberíamos ir por 5.000 y para uno de los buenos por 10.000, estamos muy mal, pero qué es lo que está haciendo el SAPI también, está haciendo labor de calle ok, eso sí parece mentira pero ha ayudado mucho.

MH: ¿el SAPI lleva algún tipo de estadística con respecto al ingreso de solicitudes que me puedan facilitar a los fines de recabar esa información para mi tesis?

CJ: Vas a dirigir un oficio a Luis Salazar, solicitando la información y yo te puedo generar esa información, necesitas el permiso del director de despacho, justificas la solicitud y yo se la hago llegar

MH: ¿Han implementado algún tipo de cambios para adecuar el sistema a esta situación?

CJ: En este momento se está implementando lo que pasa es que yo no he tenido acceso al sistema, se está tratando, hay varias cosas, vamos a ordenarnos, hay cosas que no nos ayudan número uno el internet, ok, ya por allí se hizo toda la gestión con CANTV, con la banda que tienen que ampliar, creo que van a tener otras antenas de internet satelital, entonces a través del internet, número dos se está adecuando el sistema, ¿qué es lo que se quiere? Que cuando la persona consigne su solicitud, aparte de que ya quede cargada en el sistema, los anexos también, porque no tiene sentido que ustedes me manden unos anexos que es lo que estamos haciendo ahorita por una emergencia cuando las personas no los consignan a tiempo, imprimirlos aquí, me estás cargando a mí de gasto de papel, de gasto de tinta y de

gasto de horas hombre. Lo ideal es que cuando uno cargue todos los recaudos quede en sistema para que el abogado también trabaje con menos papel, ese es el planteamiento que se le hizo a la gente de sistemas, sé que están trabajando en eso, pero no sé hasta dónde van a llegar, porque sé que para cargar todos los documentos hay que tener unos servidores bastante amplios que soporten la cantidad, pero sé que se está trabajando en un sistema que se adecue más a la pandemia, de lo que te estoy comentando ahorita del sistema, aquí hay un procedimiento interno como quien dice para resolver.

MH: ¿Entonces lo ideal para el manejo de toda esta situación sería digitalizar toda la plataforma?

CJ: Lo ideal, si lo ideal sería digitalizar todo, que hay otro proyecto también que no tiene que ver con esto pero todo lo que tiene que ver con el área digital, también se está intentando digitalizar el archivo, que siempre evidentemente va a reposar un archivo en papel pero se está buscando digitalizar para que todo esté en el sistema.

Fíjate yo tuve la oportunidad en 2012 de ir a la Oficina de Marcas española, en esa época ya, yo recuerdo que tu ibas con tu planilla, la pasabas por un escáner y eso se cargaba automáticamente en el sistema, eso pasaba después a otra unidad, me imagino que eso ya debe haber cambiado donde evidentemente al escanear se cambiaban caracteres y allí corregían, eso era ya desde el 2012, ya esas oficinas que son ahorita de la Unión Europea ya se estaban digitalizando, mientras nosotros seguíamos a papel.

MH: ¿Existe algún tipo de estrategia o incentivo para promover a los interesados a solicitar marcas?

CJ: Aquí qué es lo que se hizo en vista de los números, lo que hizo que subieran los números estos últimos dos meses, este último mes, fueron los descuentos del aniversario, que las tasas

prácticamente están a un 50%, lo cual he solicitado que se procuren mantener por lo menos dos meses más para ver si levantamos los números porque si evidentemente afecta.

MH: Si eso evidentemente afecta y no solo para los nacionales también para los extranjeros porque ya el país se encuentra en una situación económica complicada y si no se da un incentivo pues Venezuela no representa un atractivo para la inversión extranjera

CJ: Lo que pasa que el declive, estando yo en la parte privada, para mí el declive empezó cuando dieron las tasas de 3000\$ una renovación, porque estábamos en un país donde para aquel momento no se habían abierto esta economía de los bodegones por ejemplo, era una economía donde el acceso al producto era muy difícil, y no te ibas a lanzar esa millonada de dólares en un país que no sabes ni siquiera si puedes explotar, entonces yo creo que a partir de ese momento dejamos de ser un territorio atractivo para que la gente se quisiera proteger, esto me parece que ha bajado, y el tema de que ahora están abriendo, hay un poco más de apertura, también ha hecho que la gente esté un poco más interesada, pero estamos directamente vinculados con la parte económica del país, si no hay apertura aquí la inversión no va a llegar y por ende, porque antes la gente se protegía en todos los territorios.

II. Estadísticas

Estadística de la tendencia de solicitudes de marcas en España

Clase Internacional	2017	2018	2019	2020
1	587	596	730	680
2	194	158	293	200
3	1334	1226	1247	1753
4	158	138	440	234
5	1538	1324	1377	1922
6	385	315	335	336
7	442	395	425	397
8	141	140	412	201
9	3170	2872	3212	3467
10	383	305	393	712
11	504	397	552	612
12	421	404	415	410
13	32	27	55	19
14	791	746	805	783
15	72	60	136	70
16	2182	1981	2161	2013
17	144	127	193	145
18	693	635	674	647
19	362	265	305	363
20	688	561	652	709
21	431	384	492	572
22	87	82	92	105
23	39	32	40	34
24	343	303	459	397
25	4025	3689	3954	4556
26	89	94	113	112
27	72	70	121	99
28	883	714	868	874
29	2360	2391	2526	2611
30	1754	1647	1627	1800
31	1037	981	1000	1068
32	1105	1328	926	929
33	3396	3258	3410	3260
34	146	189	451	195
35	11.332	10.012	10.631	11.328
36	2742	2519	2431	2079
37	2438	2198	2338	2138

38	1931	1795	1788	1887
39	2232	1985	2085	2046
40	669	551	862	693
41	10.534	10.001	10.914	9.989
42	3208	3116	3468	3674
43	4226	3752	3411	3500
44	2623	2466	2217	2715
45	1685	1612	1432	1694

Estadística de la tendencia de solicitudes de marcas en Venezuela

Clase Internacional	2017	2018	2019	2020	2021
1	357	246	192	136	225
2	110	98	37	37	85
3	1102	617	705	391	532
4	84	71	93	45	69
5	1404	891	773	702	787
6	146	126	77	44	80
7	310	202	178	118	155
8	92	51	66	29	48
9	1061	878	668	414	559
10	254	158	115	102	125
11	352	205	113	127	195
12	399	255	268	167	278
13	16	6	1	0	1
14	178	165	81	55	72
15	15	13	6	14	7
16	1157	751	464	237	321
17	78	79	52	43	47
18	304	239	111	69	94
19	164	84	34	28	81
20	113	75	45	47	48
21	256	119	82	74	103
22	36	25	12	10	11
23	19	19	8	0	7
24	116	72	38	39	43
25	3937	2079	788	449	790
26	30	29	11	19	20
27	25	19	9	11	13
28	156	112	64	59	71
29	653	534	468	402	430
30	1284	938	1006	719	847
31	360	296	246	163	234
32	395	311	240	145	200
33	240	242	215	227	238
34	151	139	138	105	90
35	1250	936	602	620	747
36	301	185	210	125	188
37	182	122	113	70	91
38	582	411	250	164	244
39	201	117	129	76	122

40	53	53	27	14	33
41	1091	754	415	268	394
42	435	346	226	207	272
43	399	255	204	144	232
44	219	151	128	102	129
45	322	166	98	126	163
NC	1498	804	739	484	720
LC	552	365	205	147	215

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allende, Jorge (2021). Comunicación personal

Baldwin, Richard. Weder di Mauro, Beatrice. (2020). Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes. <https://voxeu.org/content/mitigating-covid-economic-crisis-act-fast-and-do-whatever-it-takes>

Boletín Oficial del Estado. España. (2020). Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692>

Castillo, Maria Alejandra (2021). Comunicación personal

Drivas, Kyriatos (2020). EUIPO trademark applications withstood the first wave of the Covid-19 pandemic. <https://voxeu.org/article/trademark-applications-indicator-post-covid-economic-activity>

EUIPO (2021). EUIPO statistics for European Union Trade Marks 1996-01 to 2021-12

Gestión (2020). Indecopi reactiva pedidos de registros virtuales de marcas durante estado de emergencia. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-indecopi-reactiva-pedidos-de-registros-virtuales-de-marcas-durante-estado-de-emergencia-nndc-noticia/>

Gobierno de España. La Firma Electrónica. <https://firmaelectronica.gob.es/Home/Ciudadanos/Firma-Electronica.html>

INDECOPI (2020). El Indecopi elimina tasa de marcas colectivas para alentar reactivación económica de organizaciones de productores y emprendedores <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/320686-el-indecopi-elimina-tasa-de-marcas-colectivas-para-alentar-reactivacion-economica-de-organizaciones-de-productores-y-emprendedores>

INDECOPI (2020). Revista internacional World Trademark Review destaca las herramientas tecnológicas y servicios innovadores que el Indecopi ofrece a la ciudadanía en tiempos de pandemia.

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7790/NP%20200918%20Revista%20World%20Trademark%20destaca%20acciones%20del%20Indecopi%20en%20bien%20de%20la%20PI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDECOPI (2020). Indecopi lanza campaña #YoProtejoMiMarca para facilitar el registro virtual sin salir de casa. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/292728-indecopi-lanza-campana-yoprotejomimarca-para-facilitar-el-registro-virtual-sin-salir-de-casa>

INDECOPI (2021). El INDECOPI recibió 37 250 solicitudes de registros de marcas pese a la pandemia. https://www.indecopi.gob.pe/en/notas-de-prensa/-/asset_publisher/A97k3Jaho6e9/content/el-indecopi-recibio-37-250-solicitudes-de-registros-de-marcas-pese-a-la-pandemia?inheritRedirect=false

INDECOPI (2021). El Indecopi presenta cinco guías didácticas para impulsar la reactivación de las Mipymes utilizando herramientas de la propiedad intelectual. <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/8319/NP%20210804%20Indecopi%20presenta%20guias%20para%20Mipymes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDECOPI (2021). RUTA PI. Consultoría gratuita especializada en propiedad intelectual. <https://www.rutapi.pe/conoce-mas>

INDECOPI (2021). Importancia de proteger los desarrollos de las empresas: El valor de la propiedad intelectual. <https://www.patenta.pe/documents/2487468/2487652/3+-+Importancia+de+proteger+los+desarrollos+en+las+empresas+-+El+valor+de+la+propiedad+intelectual.pdf/e4f23653-c5e9-8308-cabd-695626bbf7d0>

Jiménez, Carolina (2021). Comunicación Personal

Ley sobre mensajes de datos y firmas electrónicas. Presidencia de la República. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 37.076.

https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_ven_anexo19.pdf

INDECOPI (2021). El Indecopi recibió 37 250 solicitudes de registros de marcas a pesar de la pandemia.

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/8011/NP%20210202%20Balance%20OPI%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lince, Tim (2022). Live updates: IP offices implement measures in wake of coronavirus crisis

<https://www.worldtrademarkreview.com/coronavirus/ip-offices-implement-measures-in-wake-of-coronavirus-crisis>

OEPM (2020). Información actualizada sobre las repercusiones del COVID-19: vencimiento de plazos a los efectos del Sistema de Madrid y del Sistema de La Haya.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_06_22_Nota_informativa_OEPM_ven_cimiento_plazos.html?accesoInterno=true

OEPM (2020). Medidas adoptadas por la OEPM en relación a la emergencia sanitaria del COVID-19.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_03_12_Medidas_adoptadas_OEPM_COVID_19.html?accesoInterno=true

OEPM (2020). Resolución del Director de la OEPM sobre la continuidad de los procedimientos administrativos de las distintas modalidades de PI, con consentimiento del interesado, durante la vigencia del estado de alarma.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_03_25_Resolucion_Disposicion_Adicional_tercera.html?accesoInterno=true

Ortíz de Zárate, Roberto (2020). COVID-19: la respuesta de Europa contra la pandemia (2020). https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/organismos/union_europea/covid_19_la_respuesta_de_europa_contra_la_pandemia_2020

Organización Mundial de la Salud (2020). [https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))

Organización Mundial de la Salud (2021). Advice for the public: Coronavirus disease (COVID-19). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (2020). Aviso Oficial DG-005/2020. <https://sapi.gob.ve/download/aviso-oficial-dg-05-taquilla-virtual-2/#>

Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (2021). SAPI va a la calle para brindar asesoría y apoyo a Pymes, emprendedores e innovadores. <https://sapi.gob.ve/sapi-va-a-la-calle-para-brindar-asesoria-y-apoyo-a-pymes-emprendedores-e-innovadores/>

CAPITULO VII
ANEXOS

I. Entrevistas

María Alejandra Castillo (MAC). Miembro de la firma especializada en Propiedad Intelectual en España, Balder IP.

MH: ¿Cómo era el sistema de solicitud de marcas previo a la pandemia ocasionada por el COVID-19, contaban con un sistema completamente virtual o las solicitudes de marcas se podían hacer únicamente de manera presencial?

MAC: Online 100% online, de hecho desde antes de la pandemia como ahora era online, entonces eso ha sido una ventaja porque nunca afectó, no es que no afectó, pero el tema de la presentación no se vio afectado con el tema COVID, porque todas las gestiones, desde el pago de las tasas hasta la presentación todos los trámites en la OEPM, son online

MH: ¿Es decir toda la documentación, soportes es subido a la plataforma de la OEPM?

MAC: todo absolutamente todo se hace y se sube online, también en países como Chile el 90% de la documentación es online, otra ventaja que hay es que la documentación es simple, es decir que no requieren de legalización ni de mayores formalidades con lo cual ellos tienen muchos formatos que se firman online y aquí en España se utiliza muchísimo la figura de la firma digital, con lo cual prácticamente todo se puede hacer en línea.

MH: ¿En España con el primer choque del COVID, en algún momento se detuvo la solicitud de marcas o todo continuó normalmente?

MAC: Todo continuo normal, lo que si hubo una decaída en la presentación sin duda porque muchas empresas cerraron, la estimación es que hubo una baja del 30% la presentación de solicitudes ante la oficina, porque aunque evidentemente la oficina no cerró muchas empresas con el confinamiento cerraron entonces eso afecto la presentación, pero la oficina si no me equivoco lo que hubo fue una suspensión de plazos legales para determinados trámites.

También en Latinoamérica está el caso de Paraguay que pasó a ser también online, en el caso de Perú se aceleró el tema de la taquilla online, el tema en Perú es que ellos exigían que por lo menos los documentos de cesión debían presentar en la oficina y legalizados, ahora los está permitiendo presentar online, ahora aparentemente según nos informan nuestro colegas en Perú, nos informan que esto es una medida temporal no es que han decidido cambiar a que solamente se presenten las solicitudes de marcas online, sino que es una medida que están tomando porque en Perú están habiendo cierres por COVID a veces sin atención al público, pero efectivamente desde hace mucho tiempo en Perú muchas de las gestiones se podían hacer online y lo que hicieron fue acelerar y ahora el 100% de las gestiones se pueden hacer online

MH: ¿En España se implementó algún tipo de incentivo para mitigar esa caída en las solicitudes de marcas?

MAC: No al final no hubo ningún incentivo, la oficina siguió abierta pero evidentemente la actividad económica se vio afectada por el tema COVID y por ende eso se vio reflejado en el número de solicitudes que fueron presentadas ante la Oficina de Marcas, pero de incentivos como tal por parte de la oficina no hubo ni disminución de tasas ni nada de eso.

MH: Ese 30% de disminución de solicitudes de marcas que me comentas, tienes alguna fuente a la que pueda acudir para obtenerlas

MAC: Lo que pasa es que una de las socias de BALDER, es la presidenta del colegio de agentes de aquí de España, entonces esas cifras nos la dio ella en una presentación que hicimos, ahora me parece que en expansión que es un periódico aquí en España o en COAPI que es el colegio de agentes de aquí de España, esa es una información que dieron del Colegio a la OEPM, sabes que pasa que realmente el área de nacional yo no la toco entonces

esto fue una presentación general sobre este tema y de cómo se afectó, la región aquí en Europa y en Latinoamérica, pero si hay una información pública no te sabría decir.

MH: ¿Ahora conociendo la situación venezolana y tu viviendo el día a día en España ahora, cuáles serían las modificaciones que tu implementarías para lidiar con todo esta situación y no solo para esta coyuntura sino también para que exista un cambio a futuro más allá de la pandemia?

MAC: No lo que pasa que yo veo Mariajosé es que el SAPI tiene demasiada burocracia a la hora de gestionar un trámite, ellos necesitan, en comparación con otros países de Latinoamérica te lo digo con experiencia de que tenemos proyectos de presentación en 20 países simultáneos y siempre los que, mayor tiempo toma gestionar, con decirte que una marca en Perú en Chile o en Argentina, en dos horas queda presentada, nosotros mandamos instrucciones para presentar marcas en 20 países y la mayoría el mismo día en una horas, tienes el comprobante de presentación, en Venezuela tienes el tema de las tasas que necesitas 48 para validar el pago y que te exigen por ejemplo la presentación de documentación en físico del poder por ejemplo, en la mayoría de los países la presentación es online entonces si me preguntas ellos están muy retrasados y tiene que evitar los formalismos y la burocracia, que apliquen la Ley de Simplificación de Trámites, tu no lo ves o sea cada vez que tú tienes que presentar un trámite en Venezuela es súper engorroso ahora fíjate que tu presentas en taquilla virtual pero igual luego te devuelven la solicitud, porque entonces nosotros tenemos un problema con los clientes porque entonces tienes que consignar el poder enumerarlo y presentar con el poder, hasta antes de la pandemia no te dejaban presentar una marca sin poder si no estabas invocando prioridad por ejemplo, entonces hoy en día lo están permitiendo por la taquilla virtual pero posteriormente lo consignas pero igual tienes un oficio de devolución devolviéndote el trámite, entonces por donde lo veas, en comparación con el resto de las oficinas hay demasiada burocracia y tienen

que simplificar, apoyarse en la tecnología e ir a todo online, y empezar a eliminar formalidades de la documentación, porque no tienes incentivos en el cliente extranjero para invertir o para hacer una gestión porque todo te cuesta más caro y es más complicado, entonces si yo tengo que presentar en varios países, si tengo que legalizar el poder para poder presentar en Venezuela, cuando con Chile es con simple firma, en Perú es con simple firma o es una simple autorización y es online, entonces yo lo que veo la verdad es que se necesita simplificar es que se necesitan simplificar los trámites ante la Oficina de Marcas venezolana. En Venezuela la taquilla virtual no está cumpliendo con la función que tiene, por ejemplo en argentina en el 2019 era así, pero ya desde el 2019 o incluso antes, todo es 100% online y ojo en Argentina es uno de los países que todavía exigen el poder legalizado, pero nosotros lo que hacemos es que gestionamos el poder, lo legalizamos, lo escaneamos y se presenta esa solicitud ese mismo día el trámite, en Venezuela no, en Venezuela tiene que mandarlo para que llegue en 7 días para que entonces se tenga que presentar, enumerarse para que entonces después es que se pueda presentar la marca, eso no tiene sentido.

Jorge Allende (JA). Socio de la firma especializada en Propiedad Intelectual en Perú, Allende & García Abogados

MH: ¿Cómo era el sistema de solicitud de marcas previo a la pandemia ocasionada por el COVID-19, contaban con un sistema completamente virtual o las solicitudes de marcas se podían hacer únicamente de manera presencial?

JA: Antes de la pandemia nuestro sistema era netamente presencial, el INDECOPI abría de lunes a viernes de 8:30 am a 4:30 pm, esa era el horario de atención y ese era el horario para la presentación de documentos, cuando viene la pandemia a partir del 15 de marzo que nos encierran acá en Perú, el INDECOPI estuvo paralizado desde el 15 de marzo hasta el 9 de abril, en esas tres semanas el INDECOPI implementó, que ya lo venía haciendo un sistema virtual pero que casi nadie usaba, que a veces lo habilitaban y a veces lo deshabilitaban entonces ya tenían algo y en esas tres semanas que te digo de marzo a abril actualizaron, se volvieron virtuales, entonces ahora todo es virtual, la mesa de partes está atendiendo dos veces a la semana martes a jueves de 9:00 am a 12:00 pm, pero los documentos las marcas y todo se presenta de manera virtual, han creado una plataforma, hay una mesa de partes virtual y ya no hay un horario, si el plazo te vence hoy día primero de julio tienes hasta las 11:59 para presentar los documentos, antes era hasta las 4:30 de la tarde que se podían presentar los documentos.

MH: ¿Cómo era el proceso de solicitud de marcas previo a la pandemia?

JA: En la página web del INDECOPI había unos formularios, los interesados los llenaban y se tenían que presentar en el INDECOPI, todo se presentaba de manera presencial.

MH: Me dices que el ingreso se suspendió por tres semanas, ¿después de esas tres semanas la oficina creó algún tipo de incentivo para que los particulares volvieran a

presentar sus solicitudes o simplemente abrieron la parte online y siguieron funcionando normalmente?

JA: No nada, con respecto a marcas no, lo que si antes de la pandemia el INDECOPI había implementado las renovaciones virtuales, eso si ya estaba implementado desde antes de la pandemia y si había un incentivo con respecto a la tasa, si la presentabas presencial costaba 90 dólares y si lo presentabas online costaba 60 dólares, eso sí pero eso es con las renovaciones, el problema ha sido que teníamos un presidente de INDECOPI que era recontra digital y su plan de gobierno, porque el gobierno del presidente de INDECOPI dura 5 años, su plan era digitalizar y que todo sea digital, entonces ello ya venían haciendo esto, lo que hizo la pandemia fue apresurar, que el INDECOPI se vuelva digital, el tema es que el presidente del INDECOPI renunció en junio del año pasado, tuvo unos problemas políticos como tiene Perú en estos últimos tiempos y por eso también ha renunciado el director de marcas y el mes pasado ha renunciado el director de derecho de autor, nuestro país ahorita políticamente está movido entonces eso es lo que ha pasado, pero el INDECOPI está funcionando bien, todo es online, tenemos audiencias por Zoom, todos los documentos se pueden presentar online, lo que si es que puedes presentar hasta 10 documentos con un peso máximo de hasta 10 GB, por eso han abierto mesas de parte martes y jueves para que presentes documentos tipo pruebas y eso.

MH: ¿Tu trabajando a diario con particulares interesados has notado que ha habido una disminución de solicitudes ante el INDECOPI a raíz de la pandemia o posterior a la pandemia, o consideras que después de que se reanudó la actividad se retomaron las cifras normales?

JA: si yo creo que se mantuvo todo normal, yo creo que sí, seguro si vemos estadísticas al mes, si vemos las estadísticas que el INDECOPI publica todo en su página web, INDECOPI publica todo, es muy probable que las solicitudes de extranjeros puedan haber bajado, pero

la solicitud de nacionales, todo el mundo ha registrado marcas, todo el mundo que está en su casa agarró y dijo, porque no vengo y voy a vender ropa y voy y registro la marca, hay porque no hago no se me vuelvo profesor de gimnasio y me vuelvo profesor de gimnasia online y cosas así, hay mucha gente, las personas naturales, los que el INDECOPI aquí llama los usuarios de a pie, que son los usuarios que van al INDECOPI a presentar su marca, sin necesidad de buscar un abogado, esos deben haber aumentado.

MH: Entonces consideras que las personas tienen cierto nivel de cultura de Propiedad Intelectual

JA: Mas o menos sí, yo diría que sí, lo que pasa es que el INDECOPI, ha creado en detrimento del gremio ha hecho que las búsquedas ahora son gratis, la solicitud no necesitas un abogado para presentar las marcas, así hayas llevado un proceso de oposición no necesitas un abogado tú mismo lo puedes llevar, el INDECOPI ha creado un departamento de atención al usuario que te revisa la búsqueda, te revisa te dice, si pasa o no pasa, el INDECOPI está actuando un poco de juez y parte. Pero tengo muchos casos que los particulares te buscan cuando le presentan una oposición a su marca, pero para presentar la marca todo el mundo dice que la presenta solo, llena el formulario, pagas la tasa y listo, pero muchas veces como el INDECOPI hace el examen de confundibilidad y algo que está haciendo recién, desde este año, que no hacía antes es hacer una búsqueda con clases vinculadas, el INDECOPI por ejemplo si tu solicitas una marca en clase 3 entonces ellos hacían el examen de confundibilidad en clase 3, y si no había ninguna marca la marca te la otorgaban, recién hace unos seis meses, ya el INDECOPI está haciendo el examen de confundibilidad con clases vinculadas, es decir si yo solicité una marca para cosméticos en clase 3 para cosméticos, me hacen el examen tomando en cuenta también la clase 5, o si solicitas una marca para telecomunicaciones en 38 también te hace la búsqueda en clase 9, entonces eso no había

antes, lo que tiene sus pros y sus contra. También han quitado las tasas de búsquedas, entras a busca tu marca Perú y puedes hacer las búsquedas que quieres

MH: ¿Cuáles son los costos de solicitud de una marca? ¿Son accesibles?

JA: Son 534.99 soles, que más o menos ahorita el dólar está en 3.9, hasta hace 3 meses estaba en 3.3, esto ha fluctuado por la situación política, la segunda vuelta de las elecciones, el dólar ha llegado a 4 y ha bajado un poquito, eso son unos 140\$ más o menos.

MH: Por lo que me comentas entonces la pandemia no ha afectado mucho la solicitud de marcas en Perú

JA: sinceramente yo te estoy hablando de mi experiencia, no sé exactamente las estadísticas que maneja INDECOPI a nosotros como oficina no nos ha ido mal, si bien ha bajado un poco en el sentido que se ha facturado menos, también se ha gastado menos, entonces hemos quedado igual o hasta mejor.

MH: ¿Se espera que el INDECOPI retoma sus actividades normales de forma presencial, o crees que no?

JA: El problema es que hubo muchos contagios en INDECOPI, hubo quejas entonces yo me imagino que cuando ya el país esté más seguro, me imagino que abrirán físicamente, pero yo nuevamente creo que la pandemia tiene sus pros y sus contras, creo que la virtualidad ha llegado para quedarse.

Carolina Jiménez (CJ) . Coordinadora de Marcas del Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual.

MH: El 13 de marzo de 2020 fue decretada la cuarentena en el país ¿cómo fueron esos primeros días dentro del SAPI? ¿Cuáles fueron los lineamientos dictados?

CJ: Fíjate, yo para esa época no estaba aquí (en el cargo de Coordinadora de Marcas del SAPI), yo estoy como desde octubre, pero si, te lo digo como usuaria, de alguna manera esto nos agarró a todos de sorpresa y fue una especie de caos, de hecho el registro se para porque no trabajaba, trabajamos de manera virtual en lo que tiene que ver con llenar el formulario, pero de resto no estaba preparado para hacer todo el procedimiento de manera virtual, entonces voy avanzando en el tiempo ya yo entre que dejé de ser usuario externo y ahora estoy aquí adentro veo que fue muy improvisado, yo creo que no se sentaron realmente a analizar un procedimiento específico y cuáles serían los pro y los contra, de hecho siento que el administrado se vio muy afectado ¿Por qué? Sacan un primer aviso oficial, en el que te dicen que tú vas a presentar tu solicitud vía virtual y que en tus semanas liberadas tú consignas tu expediente, cuando yo llego aquí me consigo con que el expediente lo hacen aquí, que no tiene sentido que tu traigas la planilla impresa, porque ya ellos aquí imprimen todo, lo que tienes que traer son tus recaudos, mucha gente angustiada porque piensa que no tiene un expediente físico, cuando el expediente en físico si existe, otra cosa es que tampoco midieron ese impacto porque pasaron de ser una oficina donde se supone que toda la carga del trámite estaba en manos del interesado y con esta vuelta de pandemia se volvió a cargar a la administración la carga de formar un expediente, lo cual evidentemente trae también un retraso en taquilla porque taquilla no tenía programado ese trabajo, taquilla simple y llanamente era un órgano receptor, ahora ellos tienen que imprimir planillas, llenar carpetas, foliar todo allá arriba, ciertamente ha traído mucho, mucho, para mí ha traído muchos inconvenientes y todavía no siento que se termina de sincerar el procedimiento, yo soy por

ejemplo de la opinión de que se tuvo que haber sacado un aviso oficial donde se diera un tiempo prudencial a las personas para consignar documentos, nos encontramos con la realidad con que hay expedientes de principio de pandemia que todavía están sin los anexos, sin las actas constitutivas de las empresas, entonces qué es lo que pasa, que nos ha tocado, nos ha generado un atraso porque cuando yo devuelvo un expediente, una marca fácil se me retrasa dos meses el procedimiento, lo cual también trae como consecuencia que me empiezo a quedar sin expedientes para hacer examen de registro, todo porque se tuvo que improvisar y todo ha traído un retraso en lo que es el engranaje interno de la Oficina de Marcas, porque aquí se hace desde las búsquedas, forma y fondo, entonces todo eso se ha venido retrasando.

MH: ¿Cuánto tiempo exactamente se detuvo el ingreso de solicitudes?

CJ: Es que se permitían ingresar virtual, enseguida pero lo que donde no hubo un procedimiento realmente establecido fue en la consignación de documentos, porque creo que si fue más o menos rápido, fue más o menos un mes después no fue de inmediato, el 27 de abril de 2020 se abrió la taquilla virtual

MH: ¿Las medidas para reactivar el funcionamiento cuales fueron a partir de ese mes de suspensión, la activación de esa taquilla virtual?

CJ: Las medidas no fueron muchas porque seguimos contando con el mismo sistema, simple y llanamente se establece un nuevo correo a través del cual mandan la planilla, a ver el usuario genera su planilla imprima, escanea firma y consigna la planilla a través de un correo, no hay mayor diferencia en el sistema

MH: ¿La única adaptación fue esa, la creación de un nuevo correo a través del cual los usuarios envían sus trámites?

CJ: Claro que trae otras consecuencias, que tú tienes que tener personas trabajando porque después que se acaba el horario de atención al público las planillas se siguen consignando

de manera virtual y tú tienes que tener gente en taquilla trabajando hasta las 7, 8 de la noche. ¿Qué otra cosa ha influido? Todavía no se ha establecido un horario, es decir para yo guardarte el derecho de prioridad, se supone que es hasta las 12 de la noche pero es mentira porque no hay un usuario (funcionario) a las 12 de la noche que te pueda imprimir porque claro el correo, se supone que tu fecha de presentación es la fecha del correo por lo que yo al día siguiente voy a tener que levantar un acta donde yo diga que la fecha de presentación real es tal, aunque está pasada por el reloj del día siguiente, entonces esas son una de las realidades y de hecho lo que se está hablando es ponerle un horario a la taquilla virtual, así como cuando tú vas a presentar de repente un trámite en el SAIME que después de cierta hora tú no puedes entrar en el sistema

MH: pero también eso es un poco difícil porque si las solicitudes ingresan a través de un correo electrónico ¿cómo haces para detener el ingreso de nuevas solicitudes?

CJ: Simple y llanamente la taquilla tiene un horario y si el correo llega después por ejemplo de las 4 de la tarde se toma como fecha cierta la del día siguiente, pero es complicado porque nosotros trabajamos con derecho de prioridad, es complicado.

MH: ¿Una vez reactivado el ingreso de nuevas solicitudes notaron disminución en el número de solicitudes promedio?

CJ: Lo que pasa es que fíjate, nosotros tenemos una disminución drástica en solicitudes pero es que al tema de la pandemia se nos, esto te lo digo como un opinión personal y lo he tratado de manejar aquí, al tema de la pandemia se nos suma el tema de las tasas, son unas tasas muy costosas, entonces ya se veía mermada el número de solicitudes por el tema económico y la pandemia terminó de agravar la situación, el SAPI ha tomado y el gobierno ha tomado decisiones para incentiva al usuario, sí, de hecho creo que sabes que ahorita se da el tema de las PYMES que es totalmente gratuito y yo creo que el tema de que existe la taquilla virtual

ayuda sobre todo a la persona que está fuera de Caracas, pero en tema de números un buen año cuando yo estaba aquí era de 22.000-23.000 marcas presentadas, el año pasado yo estando en la parte privada si hice un sondeo y el año cerró en 10.000-11.000 solicitudes, para hace 15 días que estuve en el directorio, comenzando el mes de junio, habían 3.800 solicitudes, mal, mal porque a lo que va de año porque para un año malo deberíamos ir por 5.000 y para uno de los buenos por 10.000, estamos muy mal, pero qué es lo que está haciendo el SAPI también, está haciendo labor de calle ok, eso sí parece mentira pero ha ayudado mucho.

MH: ¿el SAPI lleva algún tipo de estadística con respecto al ingreso de solicitudes que me puedan facilitar a los fines de recabar esa información para mi tesis?

CJ: Vas a dirigir un oficio a Luis Salazar, solicitando la información y yo te puedo generar esa información, necesitas el permiso del director de despacho, justificas la solicitud y yo se la hago llegar

MH: ¿Han implementado algún tipo de cambios para adecuar el sistema a esta situación?

CJ: En este momento se está implementando lo que pasa es que yo no he tenido acceso al sistema, se está tratando, hay varias cosas, vamos a ordenarnos, hay cosas que no nos ayudan número uno el internet, ok, ya por allí se hizo toda la gestión con CANTV, con la banda que tienen que ampliar, creo que van a tener otras antenas de internet satelital, entonces a través del internet, número dos se está adecuando el sistema, ¿qué es lo que se quiere? Que cuando la persona consigne su solicitud, aparte de que ya quede cargada en el sistema, los anexos también, porque no tiene sentido que ustedes me manden unos anexos que es lo que estamos haciendo ahorita por una emergencia cuando las personas no los consignan a tiempo, imprimirlos aquí, me estás cargando a mí de gasto de papel, de gasto de tinta y de

gasto de horas hombre. Lo ideal es que cuando uno cargue todos los recaudos quede en sistema para que el abogado también trabaje con menos papel, ese es el planteamiento que se le hizo a la gente de sistemas, sé que están trabajando en eso, pero no sé hasta dónde van a llegar, porque sé que para cargar todos los documentos hay que tener unos servidores bastante amplios que soporten la cantidad, pero sé que se está trabajando en un sistema que se adecue más a la pandemia, de lo que te estoy comentando ahorita del sistema, aquí hay un procedimiento interno como quien dice para resolver.

MH: ¿Entonces lo ideal para el manejo de toda esta situación sería digitalizar toda la plataforma?

CJ: Lo ideal, si lo ideal sería digitalizar todo, que hay otro proyecto también que no tiene que ver con esto pero todo lo que tiene que ver con el área digital, también se está intentando digitalizar el archivo, que siempre evidentemente va a reposar un archivo en papel pero se está buscando digitalizar para que todo esté en el sistema.

Fíjate yo tuve la oportunidad en 2012 de ir a la Oficina de Marcas española, en esa época ya, yo recuerdo que tu ibas con tu planilla, la pasabas por un escáner y eso se cargaba automáticamente en el sistema, eso pasaba después a otra unidad, me imagino que eso ya debe haber cambiado donde evidentemente al escanear se cambiaban caracteres y allí corregían, eso era ya desde el 2012, ya esas oficinas que son ahorita de la Unión Europea ya se estaban digitalizando, mientras nosotros seguíamos a papel.

MH: ¿Existe algún tipo de estrategia o incentivo para promover a los interesados a solicitar marcas?

CJ: Aquí qué es lo que se hizo en vista de los números, lo que hizo que subieran los números estos últimos dos meses, este último mes, fueron los descuentos del aniversario, que las tasas

prácticamente están a un 50%, lo cual he solicitado que se procuren mantener por lo menos dos meses más para ver si levantamos los números porque si evidentemente afecta.

MH: Si eso evidentemente afecta y no solo para los nacionales también para los extranjeros porque ya el país se encuentra en una situación económica complicada y si no se da un incentivo pues Venezuela no representa un atractivo para la inversión extranjera

CJ: Lo que pasa que el declive, estando yo en la parte privada, para mí el declive empezó cuando dieron las tasas de 3000\$ una renovación, porque estábamos en un país donde para aquel momento no se habían abierto esta economía de los bodegones por ejemplo, era una economía donde el acceso al producto era muy difícil, y no te ibas a lanzar esa millonada de dólares en un país que no sabes ni siquiera si puedes explotar, entonces yo creo que a partir de ese momento dejamos de ser un territorio atractivo para que la gente se quisiera proteger, esto me parece que ha bajado, y el tema de que ahora están abriendo, hay un poco más de apertura, también ha hecho que la gente esté un poco más interesada, pero estamos directamente vinculados con la parte económica del país, si no hay apertura aquí la inversión no va a llegar y por ende, porque antes la gente se protegía en todos los territorios.

II. Estadísticas

Estadística de la tendencia de solicitudes de marcas en España

Clase Internacional	2017	2018	2019	2020
1	587	596	730	680
2	194	158	293	200
3	1334	1226	1247	1753
4	158	138	440	234
5	1538	1324	1377	1922
6	385	315	335	336
7	442	395	425	397
8	141	140	412	201
9	3170	2872	3212	3467
10	383	305	393	712
11	504	397	552	612
12	421	404	415	410
13	32	27	55	19
14	791	746	805	783
15	72	60	136	70
16	2182	1981	2161	2013
17	144	127	193	145
18	693	635	674	647
19	362	265	305	363
20	688	561	652	709
21	431	384	492	572
22	87	82	92	105
23	39	32	40	34
24	343	303	459	397
25	4025	3689	3954	4556
26	89	94	113	112
27	72	70	121	99
28	883	714	868	874
29	2360	2391	2526	2611
30	1754	1647	1627	1800
31	1037	981	1000	1068
32	1105	1328	926	929
33	3396	3258	3410	3260
34	146	189	451	195
35	11.332	10.012	10.631	11.328
36	2742	2519	2431	2079
37	2438	2198	2338	2138

38	1931	1795	1788	1887
39	2232	1985	2085	2046
40	669	551	862	693
41	10.534	10.001	10.914	9.989
42	3208	3116	3468	3674
43	4226	3752	3411	3500
44	2623	2466	2217	2715
45	1685	1612	1432	1694

Estadística de la tendencia de solicitudes de marcas en Venezuela

Clase Internacional	2017	2018	2019	2020	2021
1	357	246	192	136	225
2	110	98	37	37	85
3	1102	617	705	391	532
4	84	71	93	45	69
5	1404	891	773	702	787
6	146	126	77	44	80
7	310	202	178	118	155
8	92	51	66	29	48
9	1061	878	668	414	559
10	254	158	115	102	125
11	352	205	113	127	195
12	399	255	268	167	278
13	16	6	1	0	1
14	178	165	81	55	72
15	15	13	6	14	7
16	1157	751	464	237	321
17	78	79	52	43	47
18	304	239	111	69	94
19	164	84	34	28	81
20	113	75	45	47	48
21	256	119	82	74	103
22	36	25	12	10	11
23	19	19	8	0	7
24	116	72	38	39	43
25	3937	2079	788	449	790
26	30	29	11	19	20
27	25	19	9	11	13
28	156	112	64	59	71
29	653	534	468	402	430
30	1284	938	1006	719	847
31	360	296	246	163	234
32	395	311	240	145	200
33	240	242	215	227	238
34	151	139	138	105	90
35	1250	936	602	620	747
36	301	185	210	125	188
37	182	122	113	70	91
38	582	411	250	164	244
39	201	117	129	76	122

40	53	53	27	14	33
41	1091	754	415	268	394
42	435	346	226	207	272
43	399	255	204	144	232
44	219	151	128	102	129
45	322	166	98	126	163
NC	1498	804	739	484	720
LC	552	365	205	147	215

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allende, Jorge (2021). Comunicación personal

Baldwin, Richard. Weder di Mauro, Beatrice. (2020). Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever It Takes. <https://voxeu.org/content/mitigating-covid-economic-crisis-act-fast-and-do-whatever-it-takes>

Boletín Oficial del Estado. España. (2020). Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692>

Castillo, Maria Alejandra (2021). Comunicación personal

Drivas, Kyriatos (2020). EUIPO trademark applications withstood the first wave of the Covid-19 pandemic. <https://voxeu.org/article/trademark-applications-indicator-post-covid-economic-activity>

EUIPO (2021). EUIPO statistics for European Union Trade Marks 1996-01 to 2021-12

Gestión (2020). Indecopi reactiva pedidos de registros virtuales de marcas durante estado de emergencia. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-indecopi-reactiva-pedidos-de-registros-virtuales-de-marcas-durante-estado-de-emergencia-nndc-noticia/>

Gobierno de España. La Firma Electrónica. <https://firmaelectronica.gob.es/Home/Ciudadanos/Firma-Electronica.html>

INDECOPI (2020). El Indecopi elimina tasa de marcas colectivas para alentar reactivación económica de organizaciones de productores y emprendedores <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/320686-el-indecopi-elimina-tasa-de-marcas-colectivas-para-alentar-reactivacion-economica-de-organizaciones-de-productores-y-emprendedores>

INDECOPI (2020). Revista internacional World Trademark Review destaca las herramientas tecnológicas y servicios innovadores que el Indecopi ofrece a la ciudadanía en tiempos de pandemia.

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/7790/NP%20200918%20Revista%20World%20Trademark%20destaca%20acciones%20del%20Indecopi%20en%20bien%20de%20la%20PI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDECOPI (2020). Indecopi lanza campaña #YoProtejoMiMarca para facilitar el registro virtual sin salir de casa. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/292728-indecopi-lanza-campana-yoprotejomimarca-para-facilitar-el-registro-virtual-sin-salir-de-casa>

INDECOPI (2021). El INDECOPI recibió 37 250 solicitudes de registros de marcas pese a la pandemia. https://www.indecopi.gob.pe/en/notas-de-prensa/-/asset_publisher/A97k3Jaho6e9/content/el-indecopi-recibio-37-250-solicitudes-de-registros-de-marcas-pese-a-la-pandemia?inheritRedirect=false

INDECOPI (2021). El Indecopi presenta cinco guías didácticas para impulsar la reactivación de las Mipymes utilizando herramientas de la propiedad intelectual. <https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/8319/NP%20210804%20Indecopi%20presenta%20guias%20para%20Mipymes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDECOPI (2021). RUTA PI. Consultoría gratuita especializada en propiedad intelectual. <https://www.rutapi.pe/conoce-mas>

INDECOPI (2021). Importancia de proteger los desarrollos de las empresas: El valor de la propiedad intelectual. <https://www.patenta.pe/documents/2487468/2487652/3+-+Importancia+de+proteger+los+desarrollos+en+las+empresas+-+El+valor+de+la+propiedad+intelectual.pdf/e4f23653-c5e9-8308-cabd-695626bbf7d0>

Jiménez, Carolina (2021). Comunicación Personal

Ley sobre mensajes de datos y firmas electrónicas. Presidencia de la República. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 37.076.

https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_ven_anexo19.pdf

INDECOPI (2021). El Indecopi recibió 37 250 solicitudes de registros de marcas a pesar de la pandemia.

<https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/8011/NP%20210202%20Balance%20PI%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lince, Tim (2022). Live updates: IP offices implement measures in wake of coronavirus crisis

<https://www.worldtrademarkreview.com/coronavirus/ip-offices-implement-measures-in-wake-of-coronavirus-crisis>

OEPM (2020). Información actualizada sobre las repercusiones del COVID-19: vencimiento de plazos a los efectos del Sistema de Madrid y del Sistema de La Haya.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_06_22_Nota_informativa_OEPM_ven_cimiento_plazos.html?accesoInterno=true

OEPM (2020). Medidas adoptadas por la OEPM en relación a la emergencia sanitaria del COVID-19.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_03_12_Medidas_adoptadas_OEPM_COVID_19.html?accesoInterno=true

OEPM (2020). Resolución del Director de la OEPM sobre la continuidad de los procedimientos administrativos de las distintas modalidades de PI, con consentimiento del interesado, durante la vigencia del estado de alarma.

https://www.oepm.es/es/sobre_oepm/noticias/2020/2020_03_25_Resolucion_Disposicion_Adicional_tercera.html?accesoInterno=true

Ortíz de Zárate, Roberto (2020). COVID-19: la respuesta de Europa contra la pandemia (2020). https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/organismos/union_europea/covid_19_la_respuesta_de_europa_contra_la_pandemia_2020

Organización Mundial de la Salud (2020). [https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/es/news/item/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))

Organización Mundial de la Salud (2021). Advice for the public: Coronavirus disease (COVID-19). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (2020). Aviso Oficial DG-005/2020. <https://sapi.gob.ve/download/aviso-oficial-dg-05-taquilla-virtual-2/#>

Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (2021). SAPI va a la calle para brindar asesoría y apoyo a Pymes, emprendedores e innovadores. <https://sapi.gob.ve/sapi-va-a-la-calle-para-brindar-asesoria-y-apoyo-a-pymes-emprendedores-e-innovadores/>