

**REGLAMENTO GENERAL  
Marca de Garantía “NATURAGRO”**

**RGMG-N**

**Edición: 01  
Fecha: Septiembre 2010**



*Este documento ha sido elaborado por UPA y es propiedad de UPA. Está prohibida la reproducción parcial o total de este documento sin su autorización.*

**REGLAMENTO GENERAL**  
**Marca de Garantía “NATURAGRO”**

**INDICE**

**CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES**

- Art.1.- Marco legal y acceso a la protección
- Art.2.- Identificación de la marca
- Art.3.- Titularidad de la marca
- Art.4.- Gestión de la marca

**CAPÍTULO II. PRODUCTOS, PERSONAS Y ACTIVIDADES AMPARADAS POR LA MARCA DE GARANTÍA**

- Art.5.- Productos amparados por la marca
- Art.6.- Características de los productos amparados
- Art.7.- Usuarios de la marca
- Art.8.- Comercialización de los productos amparados

**CAPÍTULO III. PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DEL DERECHO A USO DE LA MARCA**

- Art.9.- Tramitación de la solicitud de uso de la marca
- Art.10.- Autorización de uso

**CAPÍTULO IV. DERECHOS Y OBLIGACIONES**

- Art.11.- Condiciones para el uso de la marca
- Art.12.- Prohibición de registro y uso efectivo de la marca
- Art.13.- Cesión de uso o licencia
- Art.14.- Extinción del derecho de uso
- Art.15.- Publicidad
- Art.16.- Defensa de la marca
- Art. 17.- Responsabilidades

**CAPÍTULO V. SISTEMA DE CONTROL DEL USO DE LA MARCA**

- Art.18.- Sistema de control del uso de la marca
- Art.19.- Supervisión y certificación externa

**CAPÍTULO VI. INFRACCIONES Y SANCIONES**

- Art.20.- Tipificación de infracciones
- Art.21.- Régimen sancionador

**ANEXO: LOGOTIPO DE LA MARCA DE GARANTÍA**

## **CAPITULO I. DISPOSICIONES GENERALES**

### **Art.1.- Marco legal y acceso a la protección**

De acuerdo con lo establecido en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE nº 294, de 8 de diciembre de 2001), podrán acogerse a la protección dispensada por la marca de garantía NATURAGRO, los productos que cumplan en su producción, envasado y distribución, los requisitos exigidos en este Reglamento y los Pliegos de Condiciones, específicos para cada producto, así como en el resto de legislación vigente.

Podrán utilizar la marca de garantía NATURAGRO cualquier persona física o jurídica cuyos productos cumplan las condiciones establecidas en el párrafo anterior.

### **Art.2.- Identificación de la marca**

La marca de garantía NATURAGRO se registra ante la Oficina Española de Patentes y Marcas con los siguientes datos identificativos:

- Tipo de marca: mixta (denominativa y gráfica)
- Clase: 3, 29, 30 y 31

La marca se representa tal y como figura en el Anexo A del presente Reglamento.

La protección otorgada se extiende por tanto única y exclusivamente a la marca tal y como se indica en el citado Anexo, sin que pueda ser usada parcialmente, o de forma separada, la denominación del grafismo.

### **Art.3.- Titularidad de la marca**

La marca de garantía es titularidad de UPA, Unión de pequeños agricultores y ganaderos, con domicilio en C/ Agustín de Betancourt, 17, 3ª de Madrid.

### **Art.4.- Gestión de la marca**

La gestión de la marca de garantía, la aplicación de su Reglamento, el control para su cumplimiento, así como la promoción y difusión de la misma, son atribuciones del titular, que establecerá los sistemas necesarios para asegurar el control y correcto uso de la marca.

El titular de la marca podrá delegar la verificación del cumplimiento de este Reglamento, así como de los Pliegos de Condiciones, de cada producto amparado por la marca, en entidades de control externas, que actúen como entidades de certificación de producto.

## **CAPÍTULO II. PRODUCTOS, PERSONAS Y ACTIVIDADES AMPARADAS POR LA MARCA DE GARANTÍA**

### **Art.5.- Productos amparados por la marca**

La marca de garantía está destinada inicialmente para productos agroalimentarios y de cosmética, según figura en las clases 3, 29, 30 y 31 del Nomenclátor Internacional, que estarán definidos en cada uno de los Pliegos de Condiciones, específicos para cada tipo de producto. Es condición diferenciadora de la marca, que la protección se establezca para productos obtenidos en espacios protegidos y zonas de la red natura 2000.

### **Art.6.- Características de los productos amparados**

Los productos amparados por la marca NATURAGRO, son aquellos que, cumpliendo el presente Reglamento y los documentos técnicos específicos, provengan solo y exclusivamente de producciones en espacios protegidos y zonas de la red natura 2000.

Para cada tipo de producto amparado por la marca, se definirán sus condiciones de elaboración y presentación en el correspondiente Pliego de Condiciones, que se desarrollarán a medida que se soliciten nuevas incorporaciones de productos a la marca.

### **Art.7.- Usuarios de la marca**

La marca de garantía podrá ser utilizada por las personas, físicas o jurídicas, que puedan demostrar que sus productos cumplen los requisitos expresados en este Reglamento y en los Pliegos de Condiciones específicos.

Para acceder al uso de la marca, los solicitantes deberán presentar la correspondiente solicitud ante el titular de la misma, de acuerdo a lo establecido en el Capítulo III de este Reglamento.

### **Art.8.- Comercialización de los productos amparados**

La marca de garantía podrá ser utilizada tanto en productos comercializados bajo marca comercial propia del solicitante, como en aquellos productos que se comercialicen sin marca.

En todo caso, los productos amparados por la marca NATURAGRO, se comercializarán mediante venta directa al consumidor, a través de una plataforma informática que permitirá la venta directa electrónica.

### **CAPÍTULO III. PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DEL DERECHO A USO DE LA MARCA**

#### **Art.9.- Tramitación de la solicitud de uso de la marca**

Las solicitudes de autorización para el uso de la marca NATURAGRO serán presentadas ante el titular de la misma acompañadas, al menos, de la siguiente documentación:

- a) acreditación de los datos del solicitante
- b) memoria del producto, o grupo de productos, respecto al que se solicita el uso de la marca
- c) información relativa a la utilización del distintivo
- d) plan de autocontrol establecido por el productor
- e) cuando proceda, documentación acreditativa del registro de marca bajo la cual comercializa su producto

Cuando el producto para el cual se solicita el uso de la marca esté ya amparado por una figura de calidad diferenciada reconocida, Denominación de Origen, Indicación Geográfica, Especialidad Tradicional o Agricultura Ecológica, la solicitud podrá omitir los datos indicados en el apartado b), debiendo acompañarse en ese caso de un certificado, expedido por el organismo de control respectivo, acreditativo de que el producto se encuentra amparado por la citada denominación.

En la información correspondiente al apartado c), el solicitante deberá presentar información sobre el modo de utilización de la marca, en particular, su localización en etiquetas, envases, expositores o material de promoción y publicidad del producto, al que pretende aplicar la marca de garantía.

Cada vez que se produzca una modificación, de cualquier elemento contenido en esta información inicial presentada, ésta deberá ser puesta en conocimiento del titular de la marca.

#### **Art.10.- Autorización de uso**

Una vez analizada la información aportada y comprobada la misma y el cumplimiento de los requisitos generales y específicos establecidos, se otorgará autorización para el uso de la marca, previa aceptación por el solicitante de las condiciones generales y particulares de utilización de la misma.

Se podrá autorizar el uso de la marca a aquellas personas, físicas o jurídicas, que cumplan lo establecido en el Reglamento General de la marca y el Pliego de Condiciones específico del producto amparado.

No podrán utilizar la marca los productores que no hayan sido autorizados conforme a lo previsto en este Reglamento.

Sólo se podrá autorizar el uso de la marca para aquellos productos que posean un Pliego de Condiciones, según lo dispuesto en el artículo 6 de este Reglamento.

La autorización del uso de la marca se concederá de forma específica para el producto para el que se haya solicitado la marca. La autorización no podrá extenderse a cualquier otro producto que elabore el productor que la solicite, salvo que dicho producto esté autorizado.

La autorización para el uso de la marca tendrá siempre carácter temporal. Se concederá por un período de tres años y podrá ser renovada de forma sucesiva por el mismo periodo. Cualquier cambio producido en los requisitos exigidos para la autorización antes de concluir este período, deberá ser notificado al titular de la marca.

#### **CAPÍTULO IV. DERECHOS Y OBLIGACIONES**

##### **Art.11.- Condiciones para el uso de la marca**

La marca solo podrá ser usada por las personas autorizadas expresamente, en las condiciones y forma específica que se señalen en tal autorización y para los productos concretamente autorizados. Los términos de esta autorización se interpretarán de manera restrictiva.

##### **Art.12.- Prohibición de registro y uso efectivo de la marca**

Los usuarios de la marca de garantía no podrán usar o solicitar la inscripción, en ningún país, de un signo idéntico o semejante, que de cualquier forma pueda inducir a error, confusión o aprovechamiento del nombre y reputación de la marca.

La marca no podrá ser utilizada de forma que pueda causar descrédito, perjudicar o inducir a error a los consumidores, sobre las características del producto al que se aplica.

##### **Art.13.- Cesión de uso o licencia**

La marca solo podrá ser utilizada por el productor autorizado, no pudiéndose ceder o sublicenciar, total o parcialmente, los derechos que se derivan de tal autorización.

#### **Art.14.- Extinción del derecho de uso**

El derecho de uso de la marca se extinguirá en caso de que el productor autorizado se encuentre en cualquier modalidad de concurso de acreedores, liquidación, fusión absorción, cesión de fondo de comercio o alguno de sus elementos. El productor autorizado no podrá dar como garantía el derecho de uso que le corresponde sobre la marca, ni tampoco podrá ser éste embargado o der objeto de otras medidas cautelares o de ejecución forzosa.

Igualmente, se extinguirá el derecho de uso de la marca, incluso estando en el periodo de validez del mismo, si en las actividades de control se llegara a la conclusión de incumplimiento sistemático del Pliego de Condiciones, tal y como se establezca en el programa de control correspondiente.

#### **Art.15.- Publicidad**

Corresponderá únicamente al titular de la marca la realización de las campañas de publicidad y promoción de la marca, debiendo los productores abstenerse de realizar actos publicitarios, o promocionales, de la marca, sin la autorización expresa del titular.

#### **Art.16.- Defensa de la marca**

En el caso de infracciones cometidas por terceros que pudieran afectar a la marca, corresponderá únicamente al titular la legitimación para ejercer las acciones que correspondan para la defensa de la marca, quedando expresamente prohibido a los productores ejercitar cualquier tipo de acción en tal sentido.

Si algún productor autorizado tuviera conocimiento de una infracción o utilización ilícita de la marca, deberá ponerlo en conocimiento de su titular, comunicándole los datos precisos que le permitan ejercer las acciones correspondientes.

#### **Art. 17.- Responsabilidades**

El titular de la marca solo garantiza a los productores usuarios de la misma, el derecho a usar y la propia existencia de la marca, así como su inscripción y vigencia en el Registro de Marcas que gestiona la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Los productores autorizados son los únicos responsables de los defectos de sus productos, de forma que no podrán atribuir ninguna responsabilidad al titular de la marca, obligándose a mantener al margen al titular de la marca y al organismo de control, cuando proceda, frente a cualquier reclamación de tercero que tenga su origen en los defectos en los productos amparados por la marca.

En todo caso, el productor autorizado como usuario de la marca, deberá asumir por cuenta propia las indemnizaciones y perjuicios ocasionados a terceros que se deriven de sus acciones u omisiones, en relación con los productos amparados.

## **CAPÍTULO V. SISTEMA DE CONTROL DEL USO DE LA MARCA**

### **Art.18.- Sistema de control del uso de la marca**

El titular de la marca de garantía, como responsable de su control, establecerá las medidas adecuadas para asegurar el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento general y Pliegos de Condiciones específicos.

Para poder ejercitar adecuadamente el citado control, se creará un Registro de productores, en el que figurarán todos aquellos solicitantes de la marca a quienes se les conceda el derecho a su uso.

El programa de control de la marca incluye una serie de controles periódicos a todos los productores inscritos en este Registro:

- Una primera inspección a la presentación de la solicitud
- Una inspección en el periodo de producción (con el objetivo principal de verificar cómo se realiza el etiquetado y el envasado)

Las inspecciones indicadas se realizarán a todos los productores registrados.

Los Informes de Inspección permitirán valorar si los productores cumplen con todos los requisitos establecidos y, si es así, se concederá la autorización para el uso de la marca.

El programa de control de la marca también incluye las siguientes actividades:

- Mantenimiento y archivo de todos los registros derivados de su ejecución
- Establecer, desarrollar y documentar las acciones correctoras apropiadas, con respecto a las reclamaciones y cualquier deficiencia, comunicada por los clientes o terceros, que afecten a la conformidad con los requisitos establecidos en los documentos de la marca (Reglamento general y Pliegos de Condiciones).
- Conceder y gestionar el uso de la Marca de Garantía, incluyendo su utilización en envases, etiquetas y material promocional o publicitario.

### **Art.19.- Supervisión y certificación externa**

La marca de garantía dispondrá de un organismo de control, propio del titular de la misma, o externo, que actuará como entidad de certificación de producto, al objeto de garantizar un control adecuado y suficiente del cumplimiento de los requisitos especificados.

Si esta actividad se delega en una entidad externa, ésta deberá contar con las autorizaciones o acreditaciones necesarias para la realización de la actividad de certificación de producto.



La certificación de los productos amparados por la Marca incluye las siguientes actividades:

- Auditoría a los operadores
- Emisión de Informes
- Evaluación de resultados
- Concesión del Certificado

El Certificado de Producto implica para un productor, que todos los productos amparados cumplen los requisitos establecidos en los documentos normativos, Reglamento general y Pliegos de Condiciones, tanto en lo que se refiere a las condiciones del proceso de producción, como las características de los productos.

La certificación permanece vigente desde el momento de su concesión y tiene una duración de tres años. No obstante, desde la concesión y durante todo el periodo de vigencia de la certificación, la entidad realizará un seguimiento de la certificación para verificar el mantenimiento de las condiciones que dieron lugar a la emisión del certificado. Como resultado de las auditorías e inspecciones de mantenimiento realizadas, la entidad de certificación emitirá los informes correspondientes, con los resultados obtenidos y hará la evaluación de los mismos para verificar que se mantiene el cumplimiento de los requisitos de los documentos normativos.

Periódicamente, cuando la entidad realice las actividades de mantenimiento de la certificación, remitirá los resultados del seguimiento al titular de la marca. Si todo es satisfactorio, la autorización para el uso de la misma se mantiene en vigor.

Si durante el periodo de vigencia del Certificado, la entidad de certificación detecta incumplimientos de los documentos normativos, valorará la situación y puede proceder a la cancelación del certificado. En estos casos, la entidad lo notificará al titular de la marca.

## **CAPÍTULO VI. INFRACCIONES Y SANCIONES**

### **Art.20.- Tipificación de infracciones**

Sin perjuicio de las sanciones que se puedan aplicar por las diferentes Administraciones Públicas, el titular de la marca de garantía establece la siguiente tipificación:

- Infracciones LEVES. Se considerarán infracciones leves cuando el productor autorizado no comunica, en su debido plazo, todos aquellos datos requeridos por el titular de la marca, o cuando se sobrepasa el plazo establecido, para subsanar determinadas irregularidades detectadas, siempre que las mismas no afecten a los productos comercializados.

- **Infracciones GRAVES.** Se considerarán infracciones graves cuando el productor autorizado falsea los datos o la información que aporta al titular de la marca. Será considerada grave la reincidencia por más de dos veces al año en alguna de las faltas leves o la comisión de dos faltas leves en ese mismo periodo. Igualmente, se considerará grave el incumplimiento de alguno de los requisitos establecidos en el Reglamento general o los Pliegos de condiciones, que pueda afectar a los productos amparados.
- **Infracciones MUY GRAVES.** Se considerarán infracciones muy graves cuando el productor autorizado incumple, de manera repetida, los requisitos establecidos por el Reglamento general o Pliego de Condiciones, afectando a los productos amparados o a la imagen de la Marca. Igualmente, se considerará muy grave la reincidencia, en un año, en cualquiera de las faltas graves o la comisión de dos faltas graves en ese mismo periodo.

El organismo de control establecido, realizará las comprobaciones oportunas respecto a las infracciones detectadas, estableciendo el plazo para su resolución y en su caso, iniciar el procedimiento sancionador.

#### **Art.21.- Régimen sancionador**

La comisión de una falta, de las tipificadas en el artículo 20, implicará la elaboración de un informe, por parte del organismo de control, en el que se recogerán las circunstancias de la infracción y la sanción propuesta.

Dicho informe será remitido al productor autorizado para que tenga conocimiento del inicio del proceso sancionador, disponiendo de un plazo de diez días para realizar las alegaciones que estime oportunas. A la vista de las alegaciones presentadas, el titular de la marca adoptará su decisión definitiva, que será notificada al interesado.

Las sanciones, derivadas de las infracciones tipificadas anteriormente, son las siguientes:

- Sanción para las Infracciones LEVES, que implica una suspensión temporal de la inscripción en el Registro y de la autorización del Uso de la Marca, hasta la resolución de la infracción.
- Sanción para las Infracciones GRAVES, que implica una suspensión temporal de la inscripción en el Registro y de la autorización del Uso de la Marca durante un periodo mínimo estimado por el titular de la marca, en función de la gravedad de la infracción.
- Sanción para las Infracciones MUY GRAVES, que implica la baja del Registro de Operadores de la Marca y suspensión definitiva de la autorización del Uso de la Marca de Garantía.

El titular de la marca podrá informar y dar publicidad en relación a las suspensiones y bajas del Registro de productores, por el buen nombre de la marca y el derecho de los consumidores y usuarios a una información veraz.

El titular de la marca podrá decidir otras posibles sanciones, cuando lo estime conveniente, para las infracciones no tipificadas.

**ANEXO: LOGOTIPO DE LA MARCA DE GARANTÍA**