

U

L B

BRAS



INPI INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL



CNPq



Astrid C. Uzcátegui Angulo Las Marcas de Certificación

UNIVERSIDAD FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIENCIAS JURÍDICAS
CURSO DE POSTGRADO EN DERECHO
PROGRAMA DE DOCTORADO EN DERECHO

ASTRID COROMOTO UZCÁTEGUI ANGULO

LAS MARCAS DE CERTIFICACIÓN

FLORIANÓPOLIS

2006

ASTRID COROMOTO UZCÁTEGUI ANGULO

Tesis: LAS MARCAS DE CERTIFICACIÓN

**Presentada como credencial parcial para obtener el
Título de: DOCTORA EN DERECHO, ÁREA DE
RELACIONES INTERNACIONALES por la
Universidad Federal de Santa Catarina**

Orientador: Prof. Doctor Luiz Otávio Pimentel

Co-orientadora: Prof^a. Doctora Rita Largo Gil

FLORIANÓPOLIS

2006

RESUMEN

Se trata de un trabajo interdisciplinario en el área de las ciencias sociales, en el cual se abarca la historia, economía, derecho, relaciones internacionales, integración económica, buscando una aproximación de interpretación, entendimiento y explicación de la figura jurídica reconocida en el Derecho de Marcas brasileiro, como Marca de Certificación. Así, la presente tesis recoge, en primer lugar, un material poco divulgado y no sistematizado tanto en Brasil, América Latina como en el ámbito internacional, sobre un signo distintivo cuya función certificadora tiene por finalidad informar a los diferentes agentes económicos y consumidores sobre la presencia o ausencia de determinadas características comunes en los productos o servicios. La peculiaridad de este signo distintivo es que el titular impone las condiciones bajo las cuales serán certificados los productos o servicios, siendo que tal imposición responde al interés general del mercado y de los consumidores, independientemente del propio interés privado del titular de de marca. Observados los comportamientos vinculados con la Marca de Certificación en el Derecho Comparado, verificamos que en países interesados en la certificación voluntaria e independiente de productos y servicios, mediante un signo distintivo, como es el caso de Inglaterra, Estados Unidos, Francia, Italia y España, han desarrollado alguna doctrina y jurisprudencia que permite conocer y realizar un mejor análisis de esta figura como herramienta para la construcción institucional de la Marca de Certificación, bien intelectual tutelado por el Derecho de Marcas. Centrándonos en la realidad del régimen jurídico de Brasil, se aprecia la insuficiencia de los términos en que se reconoce y protege a la Marca de Certificación, no pudiendo entenderse que tal marca este formalmente institucionalizada por la institución legal de la Propiedad Industrial, en lo que respecta a las marcas o signos distintivos en general, una vez que éstas escapan a la caracterización esencial de la Marca de Certificación, al no compartir los principios y presupuestos generales del Derecho Marcario. Demostrando la tesis que en Brasil existe una mera situación de hecho y que al no estar institucionalizada la Marca de Certificación, ésta permanece al margen de la coercibilidad obligatoria del Derecho.

PALABRAS CLAVES: MARCAS DE CERTIFICACIÓN; MARCAS DE GARANTÍA; PROPIEDAD INTELECTUAL; PROPIEDAD INDUSTRIAL; DERECHO DE MARCAS, LEY

9.279 DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, BRASIL; DERECHO COMPARADO;
HERREMIENTA DE COMPETITIVIDAD; INTERÉS GENERAL.

ABSTRACT

This thesis is the result of a research that takes place in various fields of knowledge: social sciences, history, economics, law, international relations and economic integration. Its main objective is to interpret, understand and explain the Certification Marks, acknowledged by the Brazilian law. Thus, the thesis presents data on a distinctive sign for products and services that is not very well known, neither systematized in Brazil, Latin America nor in regional blocks. The certification function aims at guiding economic agents and consumers regarding the presence or lack of new characteristics in certain products or services. The fact that the holder of the Certification Mark is the one to determine the conditions under which products or services are to be certified is quite peculiar. Some believe that such imposition works for public interest, in spite of private interest. After analysing behaviours regarding Certification Marks in Comparative Law, one can infer that not every country is interested in certifying through a distinctive sign. However, those that are interested, such as England, USA, France, Italy and Spain, have produced some doctrine and jurisprudence that allows us to understand and better analyse this situation as an important tool in the process of building the institutionalization of Certification Marks as an intellectual good protected by Law. The thesis focus on the reality of the Brazilian legal regimen, which does not formally institutionalize certification marks. On the contrary, it partially appears in the legal institute of Industrial Property, related to marks or distinctive signs in general, which does not essentially characterize Certification Mark as a legal institute, because it does not share the principles and requisites of Trademark Law. We conclude by saying that in Brazil there is a factual situation that cannot be reached by the compulsory constraints of the Law, mostly because of its failure to institutionalize Certification Marks.

KEY-WORDS: CERTIFICATION MARKS; GUARANTEE MARKS; INTELLECTUAL PROPERTY; INDUSTRIAL PROPERTY; TRADEMARKS LAW; COMPARATIVE LAW ON INDUSTRIAL PROPERTY; COMPETITION TOOL; GENERAL INTEREST.

SUMARIO

	p.
PÁGINA DE ROSTRO	ii
ACTA DE APROBACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
RESUMO	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
LISTA DE ABREVIATURAS	xi
SUMARIO	xiii

INTRODUCCIÓN

1.1	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	21
1.1.1	Tema.	21
1.1.2	Terminología empleada.	21
1.1.3	Justificación.	22
1.2	ESENCIA DE LA TESIS.	25
1.2.1	Objetivo General.	25
1.3	ASPECTOS METODOLÓGICO.	26
1.3.1	Análizar planteamiento metodológico.	26

1.3.2	La observación atenta de la realidad.	26
1.3.3	Perspectiva interdisciplinaria.	28
1.3.4	El Derecho Comparado como herramienta de investigación.	30
1.3.5	Técnica de investigación.	32
1.4	ESTRUCTURA DEL TRABAJO.	33

CAPÍTULO 1

ORIGEN, EVOLUCIÓN Y ACTUALIDAD DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN: SITUACIÓN EN EL DERECHO COMPARADO

SECCIÓN PRIMERA

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN 35

1.1	ORIGEN Y FORMACIÓN: DESDE LAS CORPORACIONES MEDIEVALES HASTA LAS PRIMERAS APARICIONES DE SIGNOS DE CALIDAD EN LAS PRIMERAS DÉCADAS DEL SIGLO XX.	36
1.2	FORMALISMO (1935-1960): PROTECCIÓN DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN POR LAS PRIMERAS LEGISLACIONES NACIONALES.	42
1.3	REALISMO JURÍDICO (1960–1993): MOVIMIENTOS POR LA IMPLANTACIÓN DE UNA REGLAMENTACIÓN GENERAL SOBRE LAS MARCAS COLECTIVAS Y LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	47
1.4	ACTUALIDAD (1994-2005): PROTECCIÓN DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN EN EL ADPIC Y EN LOS ORDENAMIENTOS NACIONALES.	59
1.5	UTILIDAD E IMPORTANCIA DE LA PROTECCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	63
1.5.1	Ventajas de la protección nacional de la Marca de Certificación.	66
1.5.2	Importancia y necesidad de una protección internacional.	66

SECCIÓN SEGUNDA

ANÁLISIS DE DERECHO COMPARADO SOBRE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN 68

2.1	CARACTERÍSTICAS DE LAS LEGISLACIONES OBJETO DE ANÁLISIS.	69
-----	----------------------------------------------------------	----

2.2	SISTEMA DE PROTECCIÓN E INTERÉS PROTEGIDO.	74
2.3	DEFINICIÓN LEGAL.	76
2.4	NACIMIENTO DEL DERECHO.	77
2.5	CONTENIDO DEL DERECHO.	78
2.6	REQUISITOS ESENCIALES.	78
2.6.1	Titularidad.	79
2.6.2	Reglamento de uso.	79
2.7	TRANSMISIÓN DEL DERECHO.	81
2.8	EXTINCIÓN DEL DERECHO.	81

CAPÍTULO 2

INTERÉS GENERAL MARCO DEL RÉGIMEN LEGAL DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN

SECCIÓN PRIMERA

	LA MARCA DE CERTIFICACIÓN INSTRUMENTO DE MERCADO Y LOS DIFERENTES INTERESES QUE PROTEGE	84
1.1	APLICABILIDAD EN LA MARCA DE CERTIFICACIÓN DE LA DOCTRINA DEL INTERÉS GENERAL.	84
1.2	DEFINICIÓN DE LOS TÉRMINOS.	86
1.3	LA MARCA DE CERTIFICACIÓN COMO INSTRUMENTO DE MERCADO.	92
1.3.1	El Estado como equilibrador de intereses en el mercado frente a la Marca de Certificación.	97
1.4	INTERESES PROTEGIDOS CON LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	99
1.4.1	Intereses del titular de la Marca de Certificación.	100
1.4.2	Intereses de los usuarios de la Marca de Certificación.	101
1.4.3	Intereses de los consumidores que optan por productos o servicios con Marca de Certificación.	102

SECCIÓN SEGUNDA

CONCRETIZACIÓN DEL CONTENIDO DEL INTERÉS GENERAL EN LA MARCA DE CERTIFICACIÓN 103

2.1	SUPUESTOS NORMATIVOS QUE INTRODUCEN EL CONCEPTO JURÍDICO DEL INTERÉS GENERAL DENTRO DEL RÉGIMEN LEGAL DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	103
2.1.1	Prohibiciones sobre el titular de la Marca que denotan el interés general protegido.	104
2.1.2	Principios rectores en la función certificadora de la marca.	107
2.1.3	Registro de nombres geográficos como Marcas de Certificación.	109
2.1.4	Legitimación para el ejercicio de acciones contra la Marca de Certificación.	111
2.2	EL REGLAMENTO DE USO DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN: INSTRUMENTO QUE SOPORTA LOS SUPUESTOS NORMATIVOS Y DE HECHO QUE DAN CONTENIDO AL INTERÉS GENERAL.	113
2.3	DIFERENTES INTERESES DEL ORDEN GENERAL PROTEGIDOS MEDIANTE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	119
2.3.1	Intereses generales en el orden económico-regional.	119
2.3.2	Intereses generales en el orden social.	120
2.3.3	Intereses generales en el orden ambiental.	121
2.3.4	Intereses generales en el orden industrial.	123
2.3.5	Intereses generales en el orden socio-cultural y religioso.	123

SECCIÓN TERCERA

PLANTEAMIENTO EXPLÍCITO DE LA FUNCIÓN Y TRASCENDENCIA DEL CONCEPTO DEL INTERÉS GENERAL EN EL RÉGIMEN LEGAL DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN 124

3.1	NECESIDAD DEL PLANTEAMIENTO EXPLÍCITO DEL INTERÉS GENERAL EN LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	124
3.2	FUNCIÓN DEL INTERÉS GENERAL EN LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	125
3.3	CONTENIDO DEL INTERÉS GENERAL EN LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	126

3.4	LÍMITES QUE IMPONE EL INTERÉS GENERAL AL DERECHO DE EXCLUSIVA OTORGADO SOBRE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	128
3.5	TRASCENDENCIA DE LA DOCTRINA DEL INTERÉS GENERAL SOBRE EL MARCO REGULADOR DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	129

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DEL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN

SECCIÓN PRIMERA

GENERALIDADES, DEFINICIÓN LEGAL Y CARACTERIZACIÓN DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN **130**

1.1	GENERALIDADES.	130
1.2	DEFINICIÓN LEGAL Y CARACTERIZACIÓN.	134
1.2.1	Composición del signo.	136
1.2.2	Aspectos caracterizadores en la definición legal.	139
1.2.3	Función legalmente protegida.	140
1.2.4	Productos y servicios a los que la Marca se aplica: Principio de Especialidad.	143
1.2.5	Propiedades que pueden ser certificadas por la marca.	145
1.2.6	Principios caracterizadores en la definición legal de la marca.	149
1.2.6.1	Uso colectivo de la marca.	150
1.2.6.2	Separación de la figura del titular/usuario de la marca.	151
1.2.6.3	Control sobre el uso de la marca.	152
1.2.6.4	Autorización de uso de la marca.	153

SECCIÓN SEGUNDA

NACIMIENTO, CONTENIDO DEL DERECHO Y RESPONSABILIDAD DEL TITULAR DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN **154**

2.1	NACIMIENTO DEL DERECHO SOBRE LA MARCA.	154
-----	----------------------------------------	-----

2.2	PERSONAS QUE PUEDEN SOLICITAR EL REGISTRO DE LA MARCA.	156
2.2.1	Legitimidad.	157
2.2.2	Capacidad para certificar.	159
2.3	DERECHO DE EXCLUSIVA SOBRE LA MARCA.	161
2.3.1	La dimensión positiva del derecho de exclusiva sobre la marca.	161
2.3.2	La dimensión negativa del derecho de exclusiva sobre la marca.	162
2.4	RESPONSABILIDAD DEL TITULAR EN LA MARCA.	165

SECCIÓN TERCERA

REGLAMENTO DE USO DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN 168

3.1	REGLAMENTO DE USO DE LA MARCA.	168
3.1.1	Oportunidad para su presentación.	169
3.1.2	Contenido mínimo del reglamento de uso.	170
3.1.2.1	Personas autorizadas para usar la marca.	172
3.1.2.2	Características a ser certificadas.	173
3.1.2.3	Sistemas de control y vigilancia del uso de la marca.	174
3.1.2.4	Responsabilidad y sanciones por uso inadecuado de la marca.	175
3.1.2.5	Canon por uso de la marca.	176
3.1.2.6	Otros requisitos mínimos del reglamento de uso en el Derecho Comparado.	177
3.1.3	Aprobación del reglamento de uso de la marca.	178
3.1.4	Publicidad del reglamento de uso de la marca.	181
3.1.5	Modificaciones al reglamento de uso de la marca.	183

SECCIÓN CUARTA

AUTORIZACIÓN DE USO Y TRANSMISIÓN DE DERECHOS SOBRE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN 185

4.1	AUTORIZACIÓN DE USO DE LA MARCA COMO LICENCIA DE USO.	185
-----	-------------------------------------------------------	-----

4.2	TRANSMISIÓN DEL DERECHO SOBRE LA MARCA.	188
-----	-----------------------------------------	-----

SECCIÓN QUINTA

	EXTINCIÓN DEL DERECHO Y PROHIBICIÓN TEMPORAL DE REGISTRO SOBRE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN	191
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

5.1	EXTINCIÓN DEL DERECHO.	191
-----	------------------------	-----

5.1.1	Cancelación de la Marca de Certificación.	191
-------	-------------------------------------------	-----

5.1.2	Causas particulares de nulidad de la Marca de Certificación.	193
-------	--------------------------------------------------------------	-----

5.1.3	Causas particulares de caducidad de la Marca de Certificación.	194
-------	----------------------------------------------------------------	-----

5.2	PROHIBICIÓN TEMPORAL DE REGISTRO.	196
-----	-----------------------------------	-----

CAPÍTULO 4

CARACTERIZACIÓN DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN

SECCIÓN PRIMERA

	NATURALEZA DE LA MARCA DE LA CERTIFICACIÓN	198
--	---------------------------------------------------	------------

1.1	LA MARCA DE CERTIFICACIÓN COMO INSTITUCIÓN DE DERECHO PRIVADO Y SU DELIMITACIÓN CON RELACIÓN A SIGNOS AFINES DE DERECHO PÚBLICO.	199
-----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

1.2	CARACTERIZACIÓN DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN DENTRO DEL RÉGIMEN GENERAL DEL DERECHO DE LA MARCA ORDINARIA.	204
-----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

1.2.1	Diferencias de la Marca de Certificación frente al resto de los signos distintivos protegidos por el régimen del Derecho de Marcas.	204
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

1.2.2	Principios del régimen de la Marca Ordinaria no aplicables a la Marca de Certificación.	205
-------	-----------------------------------------------------------------------------------------	-----

1.2.3	Principios del régimen de la Marca Colectiva no aplicables a la Marca de Certificación.	208
-------	-----------------------------------------------------------------------------------------	-----

1.2.4	Diferencias de la Marca de Certificación respecto de otros signos distintivos de tráfico económico protegidos por el régimen del Derecho de Marcas.	212
-------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

1.3	NATURALEZA JURÍDICA DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN.	216
1.3.1	La Marca de Certificación como marca de empresa.	216
1.3.2	La Marca de Certificación como Marca de Garantía.	217
1.3.2.1	Garantía como sistema de autodisciplina de base asociativa.	218
1.3.2.2	Garantía contractual derivada del reglamento de uso.	219
1.3.3	La Marca de Certificación como marca acompañante.	221

SECCIÓN SEGUNDA

	FUNCIONES DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN	223
2.1	FUNCIÓN INDICADORA DE LA CALIDAD.	224
2.2	FUNCIÓN INDICADORA DEL ORIGEN EMPRESARIAL.	225
2.3	FUNCIÓN PUBLICITARIA.	226
	CONCLUSIONES.	228
	REFERENCIAS.	232
	REFERENCIAS DE LEGISLACIÓN.	244
	REFERENCIAS EN MEDIO ELECTRÓNICO.	247
	ÍNDICE DE LA FUENTE LEGAL.	250
	ÍNDICE DE JURISPRUDENCIA.	254
	ANEXO A - PRODUCTS WITH CERTIFICATION MARKS AT THE U S PATENT AND TRADEMARK OFFICE CERTIFICATION MARKS WITH GEOGRAPHICAL INDICATIONS.	258
	ANEXO B – <u>LEI nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996. REGULA DIREITOS E OBRIGAÇÕES RELATIVOS À PROPRIEDADE INDUSTRIAL.</u>	265
	ANEXO C - LEY 17/2001 DE 7 DE DICIEMBRE, DE MARCAS.	274
	ANEXO D - REAL DECRETO 687/2002, DE 12 DE JULIO, REGLAMENTO PARA LA EJECUCIÓN DE LA LEY 17/2001, DE 7 DE DICIEMBRE, DE MARCAS.	279

REFERENCIAS

AIPPI. Question 72. Rapports des Groupes. In: **Annuaire 1980/II Congrès de Buenos Aires 1980**. p. 7-204.

_____. Question 72. Rapports des Groupes. In: **Annuaire 1982/I Comité Exécutif Moscou**. p. 85-198.

_____. Séance de travail et adoption de résolution. In: **Annuaire 1982/III**.

_____. XXXIe Congrès de Buenos Aires 1980. Programme du congrès. In: **Annuaire 1981**.

ALONSO LEDESMA, Carmen. Algunas consideraciones sobre el juego en la cláusula del interés social en la supresión o limitación del derecho de suscripción preferente. In: **Derecho Mercantil de la Comunidad Económica Europea Estudios en homenaje a José Girón Tena**. Madrid: Civitas, p. 30-61.

ALONSO SOTO, Ricardo. El interés público en la defensa de la competencia. In: **La modernización de Derecho de la Competencia en España y en la Unión Europea**. Santiago Martínez Lage; Amadeo Petitbò Juan (Dir). Madrid: Marcial Pons, 2005. p. 31-46.

ANNAND, Ruth y NORMAN, Helen. **Blackstone's Guide to the Trade Marks Act 1994**. Londres, 1994.

AREÁN LALÍN, Manuel. En torno a la función publicitaria de la marca. In: **Actas de Derecho Industrial**. Instituto de Derecho Industrial Universidad de Santiago de Compostela: Colegio Universitario de Estudios Financieros Consejo Superior Bancario, 1983. p. 57-83.

ARLANDIS, Alfredo; BARCELÓ, Luis V.; COCA, Pedro; COMPÈS, Raúl y otros. **La Marca de Garantía de la comunidad portuaria de Valencia**. Valencia: Generalitat Valenciana, 1996.

ASCARELLI, Tullio. **Studi de diritto comparado e in tema de interpretazione**. Milano, 1952.

_____. Función del Derecho Comparado en la interpretación del Derecho y metodología del Derecho Comparado. In: **Revista del Instituto de Derecho Comparado**. v. I, 1953. p. 19-37.

_____. **Teoría de la concurrencia y de los bienes inmateriales.** Traducido por: Luis Suárez-Llanos. Barcelona: Bosch, 1970.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Trabalhos acadêmicos:** apresentação. NBR 14724. Rio de Janeiro, 2002a.

_____. **Citações em documentos:** apresentação. NBR 10520. Rio de Janeiro, 2002b.

_____. **Referências:** elaboração. NBR 6023. Rio de Janeiro, 2002c.

_____. **Resumo:** apresentação. NBR 6028. Rio de Janeiro, 2003.

_____. **Trabalhos acadêmicos:** apresentação. NBR 14724. Rio de Janeiro, 2005.

BARRAL, Welber. Metodologia da pesquisa jurídica. Florianópolis: Boiteux, 2003.

BARONA VILAR, Silvia. **Competencia desleal. Doctrina y jurisprudencia.** 2. ed., Valencia: Tirant lo Blanch, 1999.

BAYLOS CORROZA, H. Marcas Colectivas, de garantía e internacionales y la competencia desleal. In: **Jornadas de estudio sobre la nueva regulación legal del Derecho de Marcas.** Barcelona: Grupo de la AIPPI, 1990. p. 153-178.

BELSON, Jeffrey. **Special report certification marks.** London: Sweet & Maxwell, 2002.

_____. Certification Marks Guarantees and Trust. In: **E.I.P.R.**, v. 24 London: Sweet & Maxwell. Issue 7 July 2002. p. 340-352.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, Alberto. **Apuntes de Derecho Mercantil. Derecho Mercantil, Derecho de la competencia y Propiedad Industria.** 6. ed. Navarra: Thomson Aranzadi. 2005.

_____. **Apuntes de Derecho Mercantil.** 5. ed. Navarra: Thomson Aranzadi, 2004.

_____. **Introducción a las marcas y otros signos distintivos en el tráfico económico.** Navarra: Aranzadi, 2002.

_____. La protección de la libre competencia y la propiedad intelectual. In: **Derecho de la Competencia europeo y español. Curso de iniciación.** Luis Ortiz Blanco y Simón Cohen (Coord). Madrid: Dykinson, 1999. p. 49-54.

BERCOVITZ, Alberto. La formación del Derecho de la competencia. In: **Actas de Derecho Industrial**, año 1975. Madrid: Montecorvo, 1976. p. 61-81.

BERTRAND, André R. Les marques collectives simples et de certification et les marques syndicales In: **Le droit des marques, des signes distinctifs et des noms de domaine. Droit Français, droit communautaire et droit international.** Paris: Cedat, 2002. p. 186-245.

BESSA MONTEIRO, César. Marca de base y Marca Colectiva. In: **Revista de Direito Industrial.** v. I, Faculdade de Direito de Lisboa APDI - Associação portuguesa de Direito intelectual. Coimbra: Almedina, 2001.

BODENHAUSEN, G.H.C. **Guía para la aplicación del Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial.** Revisado en Estocolmo en 1967, BIRPI, Ginebra, 1967.

BOSCOS TORRES, Marcos. **La ley de marcas. Estudio de la nueva ley de marcas y su aplicación práctica en la empresa.** Barcelona: Servidoc, 2003.

BOTANA GARCÍA, Gema; RUIZ MUÑOZ, Miguel. **Curso sobre protección jurídica de los consumidores.** Madrid: McGraw Hill, 1999.

BOUCOURECHLIEV, Jeanne. Presentation de la marque collective. In: **Centre Paul Roubier. La Marque Collective.** París: Librerías Técnicas, 1979. p. 15-24.

BOURGES, Leticia A. La sentencia “Markenqualität aus adeutschent Landen”: ¿La estrategia de las marcas de calidad nacionales y regionales en peligro? In: **Gaceta Jurídica.** nº 223, enero-feb. 2003. p. 72-84.

BRAUN, Antonio. **Précis des marques.** 3. ed., Bruxelles: Maison Larcrier, 1995.

BREITENFELD, Frederick. Certification marks a survey. In: **The Trademark Reporter**, vol. 49. New York: The United States Trademark association, 1960. p. 269-295.

BUHL, Carolina. **Le droit des noms géographiques**. Paris: Litec, 1997.

CALLMANN, Louis Altman. **Unfair Competition, Trademarks and Monopolies**. 4th ed., v. 3, 1998.

CANTERO SÁNCHEZ, Julio. Los derechos de propiedad industrial: su valor económico. In: **Revista del Instituto de Estudios económicos. La propiedad industrial en la nueva estructura económica internacional**. Madrid, 1998. p. 253-305.

CASADO CERVIÑO, Alberto. **Derecho de Marcas y protección de los consumidores**. Madrid: Tecnos, 2000.

CERVIÑO, Julio. **Marcas internacionales. Cómo crearlas y gestionarlas**. Madrid: Pirámide, 2002.

CHAVANNE, Albert. Caractere facultatif ou obligatoire de la marque collective. In: **Centre Paul Roubier. La Marque collective**. París: Librerías Técnicas, 1979. p. 31-41.

CHAVANNE, Albert.; BURST, Jean-Jacques. **Droit de la propriété industrielle**. 3. ed. Paris: Dalloz, 1990, p. 838-843.

CHIDINI, Gustavo. **Aspectos actuales del Derecho industrial. Propiedad intelectual y competencia**. Traducido al español por Vanesa Martí Moya. Granada: Comares, 2002.

CHISUM, Donald S; JACOBS, Michel A. **World Intellectual Property Guidebook**. United States, 1992.

CHROMECEK, Milan; McCORMACK, Stuart C. **World Intellectual Property Guidebook Canada**. New York: Matthew Bender, 1991.

Comunicación de la Comisión al Consejo presentada por la Comisión el 15 de junio de 1989. Planteamiento global en materia de certificaciones y pruebas. In: **Revista Estudios sobre el Consumo**, nº 19. 1990. p. 203-232.

CONTI, Ferdinando. **La funzione del marchio**. Milano: Giuffrè, 1988.

CORRE, Jacques. Rapport de synthese In: **Centre Paul Roubier. La Marque collective**. París: Librerías Técnicas, 1979. p. 118-122

CURTO POLO, Mercedes. **La cesión de marca mediante contrato de compraventa**. Navarra: Aranzadi, 2002.

DAWSON, Norma. **Certification Trade Marks: Law and Practice**. London: Intellectual Property: Publishing. 1988.

DI BLASI, Gabriel; GARCIA SOERENSE, Mario; MENDES PARENTE M, Paulo. **A propriedade industrial**. Río de Janeiro: Forence, 2002.

DI CATALDO, Vincenzo. **I segni distintivi**. Milano: Giuffrè, 1993.

DUSOLIER, Raymond. Les marques collectives et les marques de qualité dans l'ancien droit et dans le droit moderne. In: **IL Droit de la propriété industrielle. Mélanges en l'honneur de Daniel Bastian**. Paris: Librairies Techniques, 1974. p. 27-38.

FERNÁNDEZ GIMENO, José Pascual. Los consumidores y usuarios como sujetos afectos a una especial tutela jurídica. In: **Derecho de consumo**. María José Reyes López (Coord). 2. ed., Valencia: Tirant lo Blanch, 2002. p. 61-80.

FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, T. R. Inscripción y autorizaciones Industriales. In: **Revista de Administración Pública**, nº 52. España, 1967. p. 421- 446.

_____. Potestad discrecional. In: **Enciclopedia Jurídica Básica**, v. III. Madrid: Civitas, 1995. p. 4962-4965.

FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos. **Fundamentos de Derecho de Marcas**. Madrid: Montecorvo, 1984.

_____. **Derecho de Marcas**. Madrid: Montecorvo, 1995.

_____. **El sistema comunitario de marcas**. Madrid: Montecorvo, 1995a. p. 417-434.

_____. **Tratado sobre Derecho de Marcas**. Madrid: Marcial Pons, 2001.

_____. **Tratado sobre Derecho de Marcas**. 2. ed, Madrid: Marcial Pons, 2004.

FERRANDIS GONZÁLEZ, Salvador; SELAS COLORADO, Antonio; REVENGA, José Abad. **Comentarios a la Ley de Marcas**. Barcelona: Difusión Jurídica y Temas de Actualidad, 2002.

FLORIDIA, Giorgio. I marchi di qualità, le denominazione di origine e le qualificazioni merceologiche nel settore alimentare. In: **Rivista di Diritto Industriale**. nº 1-2, 1990. Milano: Giuffrè, p. 5-17.

FONDO PARA LA NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA CALIDAD. **Directrices generales para la obtención y uso de la certificación de productos marca NORVEN**. Marzo 2003.

FONT GALÁN, Juan Ignacio. Desafío ético del mercado competitivo: La humanización de las relaciones de consumo. In: **Empresa, economía y sociedad, libro homenaje al profesor Jaime Loring Miró**. Córdoba: ETEA, 2001. p. 146-165.

FRANCESCHELLI, M. R. Les marques collectives. In: **RIPIA**. Année 73, nº 62, 1965. Paris. p. 289-308.

GARCIA de ENTERRÍA, Eduardo. Una nota sobre el interés general como concepto jurídico indeterminado. In: **Revista de Derecho Administrativo**, nº 89. Madrid: Civitas, 1996. p. 69-89.

GINSBURG, Jane C; LITMAN, Jessica; KEVLIN, Mary L. **Cases and materials. Trademarks and unfair competition law**. 3. ed. New York: Foundation Press, 2001.

GIRON TENA, J. **Tendencias generales en el Derecho Mercantil actual**. Madrid: Civitas. 1985.

GÓMEZ LOZANO, M.^a del Mar. Algunas observaciones sobre el vigente régimen jurídico de las indicaciones geográficas. In: **RDM**. Madrid, nº 233, año 1999, p. 1163-1190.

_____. Concepto. In: **Comentarios a la Ley de Marcas**. BERCOVIVITZ RODRÍGUEZ-CANO, Alberto. (Dir). Navarra: Aranzadi, 2003. p. 971-983.

_____. **Denominaciones de origen y otras indicaciones geográficas**. Navarra: Aranzadi, 2004.

GOMÉZ SEGADE, José Antonio. La protección de los consumidores en España. In: **Actas de Derecho Industrial 1981**. Madrid: Montecorvo, 1982. p. 471- 473.

GÓMEZ-REINO, E; y CARBONATA. Competencia. Libre competencia. In: **Enciclopedia Jurídica Básica**. v. I. Madrid: Civitas, 1995. p. 1199-1205.

GONDRÁ ROMERO, José M^a. Teoría general de signos de empresa. In: **Estudios Jurídicos en homenaje al profesor Aurelio Menéndez** t. I. Madrid: Civitas, 1996. p. 829-868.

GONZÁLEZ, Salvador; SELAS COLORADO, Antonio; REVENGA, José Abad. **Comentarios a la Ley de Marcas**. Barcelona: Difusión Jurídica y Temas de Actualidad, 2002. p. 289-344.

GONZÁLEZ-VARAS IBÁÑEZ, Santiago. ¿Del servicio público a los mercados de interés general? In: **Cuadernos de Derecho Público**. Madrid, nº 12 ene-abril, 2001. p. 63-78.

GRUPO ESPAÑOL DE LA AIPPI I. Cuestión 80 Las marcas y la protección del consumidor. In: **Informes sobre Propiedad Industrial 1979-1995**. nº 16. Barcelona: Grupo Español de la AIPPI, 1995, p. 289-297.

HERNÁNDEZ, Ana Isabel. Las normas de calidad benefician a empresarios y consumidores. Todo controlado. In: **Revista Ciudadano**, enero 1997. p. 22-23.

ILLESCAS ORTIZ, Rafael. La tutela de la lealtad en la actividad competidora: Esbozo de la Ley 3/1991, de competencia desleal. In: **Derecho de la Competencia Europeo y Español. Curso de iniciación**. Luis Ortiz Blanco y Simón Cohen (Coord). Madrid: Dykinson, 1999. p. 291-295.

KAPFERER, Jean-Noël. **Les marques, capital de l'entreprise. Les chemins de la reconquête**. 2. ed. Paris: Organisation, 1996.

LADAS, Stephen P. **Patents, Trademarks, and Related Rights. National and international protection**. v. II. United States of America: Harvard University Press, 1975.

LAMAS, Mario Daniel. **Derecho de Marcas en el Uruguay**. Montevideo: Barbat & Cikato, 1999.

LARGO GIL, Rita. Las marcas colectivas y las marcas de garantía en la Ley de marcas de 2001. In: **Cuadernos de Derecho y Comercio**. nº 35. Madrid: Consejo General del Notariado, 2001. p. 129-184.

_____. **Las marcas de garantía**. Madrid: Civitas, 1993.

LOBATO, Manuel. **Comentario a la Ley 17/2001, de marcas**. Madrid: Civitas, 2002.

MADROÑO GARGALLO, Maria Del Mar. La denominación Rioja ante el TJCE (comentario a la STJCE de 16 de mayo de 2000, asunto C-388/1995, “Reino de Bélgica contra España”. In: **Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor**. t. XXI, 2000. Madrid: Marcial Pons, 2001. p. 489-512.

MALARET GARCIA, Elisenda. Una aproximación jurídica al sistema español de normalización de productos industriales. In: **Revista de Administración Pública**, nº 116, mayo-agosto, 1988. Madrid: Centro de estudios Constitucionales, 1988. p. 287-339.

MARTÍN MATEO, Ramón; DÍEA SÁNCHEZ, Juan José. **La marca comunitaria. Derecho Público**. Madrid: Trivium, 1996.

MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, Ángel. La marca engañosa. In: **Colección de Derecho Mercantil. Madrid: Civitas, 2002**.

MASI, Pietro. Il marchio collettivo. In: **Commento tematico della legge marchi**. Torino, 1998. p. 71-94.

MASSAGUER FUENTES, José. Aproximación sistemática general al Derecho de la Competencia y de los bienes inmateriales. In: **Revista General de Derecho**. Año XLVI, nº 544-545, enero-feb. 1990. p. 245-263.

_____. **Comentarios a la Ley de Competencia Desleal**. Madrid: Civitas, 1999.

MATHELY, Paul. Comentarios marque collective. In: **Annales de la Propriété industrielle artistique et littéraire**, t. CXIII, Paris, 1979. p. 7-15.

_____. Caractere facultatif ou obligatorio de la marque collective. In: **Centre Paul Roubier. La Marque collective**. París: Librerías Técnicas, 1979. p. 60-70.

_____. **Le droit français des signes distinctifs**. Paris: Librairie du journal des notaires et des avocats. 1984.

_____. Marques collectives et de certification. In: **Mélanges Chavanne. Droit pénal propriété industrielle**. Paris: Litec, 1990.

McCARTHY, J. Thomas. **McCarthy on trademark and unfair competition** 3. ed., v.1 New Cork: Clark Boardman Callaghan, 1995.

MENDIZÁBAL ALLENDE, Rafael. La propiedad industrial de los signos distintivos. In: **La importancia de la marca y su protección**. Madrid: Consejo General del Poder Judicial ANDEMA, 1992. p. 30-44.

MONGE GIL, Ángel Luis. Las Marcas Colectivas. In: **Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor**, t. XVI, años 1994-1995. p. 201-244.

MONTEAGUDO, Montiano. II. Comentario de Jurisprudencia. Confusión, error y engaño en el Derecho de Marcas: El caso “Puma”. (Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo –Sala 1ª - de 2 de junio de 1998). In: **Revista General de Derecho**, año LVI, nº 666, marzo 2000. p. 2353-2366.

MADROÑO GARGALLO, Maria Del Mar. La denominación Rioja ante el TJCE. Comentario a la STJCE de 16 de mayo de 2000, asunto C-388/1995, “Reino de Bélgica contra España”. In: **Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor**. t. XXI, 2000. Madrid: Marcial Pons, 2001. p. 489-512.

_____. **La protección jurídica de las denominaciones de origen en los Derechos español y comunitario**. Madrid: Marcial Pons, 2002.

NIETO, Alejandro. La administración sirve con objetividad los intereses generales. In: **Estudios sobre la Constitución Española. Homenaje al Profesor Eduardo García de Enterría**. t. III. Madrid: Civitas, 1991. p. 2185-2253.

OLSHANSKY, Barbara J. La tutela del consumidor verde. In: **Revista de Economía Social y de la Empresa**. nº 15, año 1992. p. 79-91.

OMPI-SCT. Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas. **Undécima Sesión**. Ginebra: OMPI, 10 a 14 de Noviembre de 2003. SCT/11/6. 16 de Junio de 2003.

_____. **Proyecto de síntesis de respuestas al cuestionario sobre el derecho de las marcas y sobre la práctica en la materia**. (SCT/11/6). SCT/13/5 Prov. 2. Ginebra: OMPI, 25 – 29 de octubre 2004,

_____. **El papel de la propiedad industrial en la protección de los consumidores**. Ginebra, 1983.

OTERO LASTRE, José Manuel. La definición de la marca en la nueva ley española de marca. In: **Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor**, t. XXII, año 2001. p. 195-213.

PAREJO ALFONSO, Luciano. Interés público como criterio de control de la actividad administrativa. In: **Cuadernos de Derecho judicial**, nº 12. Madrid, 2004. p. 125-148.

PETTITI, Priscilla. Il marchio collettivo. Commento alla nuova legge sui marchi. In: **Rivista del Diritto Commerciale e del Diritto general e delle Obligazioni**. Giovanni B. Ferri (Dir). anno XCII (1994), nº 9-10 sett.-ott. p. 621-638.

_____. **Marchio di gruppo**. Milano: Giuffrè, 1996.

PILATI, José Isaac. **Teoria e prática do Direito comparado**. Florianópolis: OAB/SC, 2002.

PIMENTEL, Luiz Otávio. **Directo Industrial aspectos introductorias**. São Paulo: Unoesc, 1994.

PIRES de CARVALHO, Nuno. **The TRIPS Regime of Trademarks and Designs**. London: Kluwer Law International, 2006.

PLAISANT, Marcel. **Traité de Droit conventionnel international concernant la propriété industrielle**. Paris: Sirey, 1949.

PORFIRIO CARPIO, Leopoldo José. **La discriminación de consumidores como acto de competencia desleal**. Madrid: Marcial Pons, 2002.

QUATTRINI, Laura. Marchi collettivi, di garanzia e di certificazione. In: **Rivista di Diritto Industriale**. Italia, parte I núms.1-2, Genn-Giugno, 1992. p. 126-135.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **Diccionario de la lengua española**. 22. ed., en CD-Rom. España: Real Academia Española, 2003.

RICOLFI, Marcos. I segni distintivi. In: **Diritto interno e comunitario**. Milano: Torino, 1999.

RODRIGUEZ TAPIA, José Miguel. La propiedad intelectual y competencia. In: **Derecho de la Competencia europeo y español. Curso de iniciación**. Luis Ortiz Blanco y Simón Cohen (Coords). Madrid: Dykinson, 1999. p. 75-82.

RÖTTGER, Martin. La marque « accompagnante » Une suggestion par rapport au futur droit des marques europeen. In: **RIPIA**. Année 72e. n° 56, 1964. París. p. 151-157.

ROZAS, R; JOHNSTON, H. Impact of certification Marks on Innovation and the global Market-Place. 1997, In: **E.I.P.R.**, v. 19 London: Sweet & Maxwell. Issue 10 October 1997. p. 598-602.

SAINZ MORENO, Fernando. **Conceptos jurídicos, interpretación y discrecionalidad administrativa**. Madrid: Civitas, 1976.

SANCHEZ MORÓN, M. Interés General. In: **Enciclopedia Jurídica Básica**, v. III, Madrid: Civitas, 1995. p. 3658- 3661

SARZI-SARTORI, Fernanda. Alcune considerazioni in tema di marchio colectivo e principio di relatività della tutela. In: **Rivista di Diritto Industriale**. Remo Franceschelli (Dir). n° 1-2, Gennaio-Giugno, 1991, p. 23-36.

SCHMIDT-SZALEWSKI, Joanna; PIERRE, Jean-Luc. **Droit de la propriété industrielle**. 2^a ed. Paris: Litec, 2001.

SEGURA SERRANO, Antonio. **El interés general y el comercio de servicios**. Madrid: Tecnos, 2003.

SENA, Giuseppe. **Il nuovo Diritto dei marchi, marchio nazionale e marchio comunitario**. Milano: Giuffrè, 1994.

SHERWOOD, Robert M. **Propiedad Intelectual y desarrollo económico**. Traducción Horacio Spector. Buenos Aires: Heliasta, 1995.

SIERRA, Susana de la. **Una metodología para el Derecho Comparado europeo. Derecho Público comparado y Derecho Administrativo europeo**. Madrid: Thomson Civitas, 2004.
SOARES TINOCO, José Carlos. **Lei de patentes, marcas e direitos conexos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

SPADA, Paolo. Il marchio collettivo “privato” tra distinzione e certificazione. In: **Impresa e mercato. Scritti onore di Gustavo Minervini**. v. II. Napoli: Morano, 1996, p. 475-485.

STACK, Alexander J. Certification marks in Canada. In: **Canadian Intellectual Property Review**. v.17, n° 1, 2000. p. 1-30.

TRIGONA, Ricardo. **Il marchio, la ditta, l'insegna**. Italia: CEDAM, 2002.

TRIGUEROS PINA, José Antonio; SANSALVADOR SELLÉS, Manuel Enrique. La implantación y certificación de sistemas de calidad. In: **Técnica Contable**, n° 48 (575). España, 1996. p. 747-766.

UNION INTERNATIONALE POUR LA PROTECTION DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE. **Actes de la Conférence Réunie a Washington du 15 mai au 2 juin 1911**. Berne: Bureau International de l'Union 1911.

_____. **Actes de la Conférence Réunie a Londres du 1er mai au 2 juin 1934**. Berne: Bureau International de l'Union 1934.

UZCÁTEGUI URDANETA, Mariano. **Principios Generales del Derecho**. Venezuela: Universidad de Los Andes, 2003.

VANZETTI, Adriano. Il marchio: Nozione e funzione. In: **Manuale di Diritto Industriale**. 3. ed. Milano: Giuffrè, 2002. p. 119-130.

VICENT CHULIA, F. **Introducción al Derecho Mercantil**. 17. ed. Tirant lo Blanch, Valencia, 2004.

_____. Poderes públicos y Derecho de la Competencia. In: **Revista General de Derecho**, año XLIX, n  583. Valencia, abril de 1993. p. 3313-3447.

_____. **Compendio crítico de Derecho Mercantil**. t. I v. 2 , 3. ed. Barcelona: Bosch. 1991.

VICIANO PASTOR, Pastor. **Libre competencia e intervención pública en la economía**. Valencia: Tirant lo Blanch, 1995.

WIPO - SCT. **Thirteenth Session**. Geneva, SCT/13/5 Prov. 3, October 25 to 29, 2004.

REFERENCIAS DE LEGISLACIÓN

BRASIL. Lei nº 9.279, 14 maio 1996. Regula Direitos e Obrigações Relativos à Propriedade Industrial. Disponible em: www.planalto.gov.br. Acceso en: 11 de mar. 2003.

BRASIL. Proyecto de la Ley que Regula los Derechos y Obligaciones Relativos a la Propiedad Industrial, de la Cámara del Senado Federal n.º 115, de 1993 n.º 824/91, - iniciativa del Presidente de la República-, enviado al Presidente de la República en fecha 22 de Abril de 1991, según Emenda interministerial n.º 00179.

BRASIL. Resolução nº 117/05 que Institui a Revista Eletrônica da Propriedade Industrial, de 10 de Junho de 2005. Disponible en: www.inpi.gov.br Acceso en: 15 de noviembre de 2005.

COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA. Decisión 486 sobre el Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Lima 14 de sept. 2000.

CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA. Reglamento (CE) N° 40/94 DEL CONSEJO de 20 de diciembre de 1993 sobre la marca comunitaria. Disponible en: <http://www.europa.eu.int> Acceso en: 10 de marzo de 2004.

CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA. Primera Directiva del Consejo de 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (89/104/CEE) Disponible en: <http://www.europa.eu.int> Acceso en: 05 de enero de 2006.

CONSEJO DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. REGLAMENTO (CEE) N° 2081/92 DEL CONSEJO, de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios. Disponible en: <http://www.europa.eu.int/eur-lex/es/index.html> Acceso en: 10 de marzo de 2004

COSTA RICA. Ley de Marcas y Signos Distintivos nº 7978, por Referencia de la Ley nº 8020 del año 2000. Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE. Disponible en: <http://www.sice.oas.org/ipnale.asp> Acceso el 21 de marzo 2002.

ESPAÑA. Ley 17/2001 de 7 de diciembre, de Marcas. BOE 8 de diciembre de 2001, núm. 294.

ESPAÑA. Real Decreto 687/2002. Reglamento de la Ley de marcas, de 12 de julio, en vigor desde el 31 de julio de 2002. (BOE núm. 167, 13-7-2002).

ESTADOS UNIDOS. U.S. Trademark Law Rules Practice & Federal Statutes. In: U.S. Patent & Trademark Office. January 31, 2005. Disponible en: www.uspto.gov/web/offices/tac/tmlaw2.html Acceso en: 12 de febrero de 2005.

ESTADOS UNIDOS. Trademark Manual of Examination Procedures (TEMP), 4th. ed. In: Website United States Patent and Trademark Office. Disponible en: www.uspto.gov/web/office/tac/tmlaw2.html . Acceso en: 02 de jul. 2003.

FRANCIA. Code de Propriété Industrielle (consolidación) de la Ley n.º 92-597 de 01/07/1992; (18/12/1996), n.º 92-597 (n.º 96-1106).

FRANCIA. Code de la Consommation (Ley n.º 98-565 de 08.07.98 art. 4 III Diario Oficial de 09.07.98). Ley n.º 94-2/1994; modificado según Ley n.º 98-565/1998. Legifrance le service public de la diffusion du droit. Disponible en: www.legifrance.gouv.fr Acceso 04/11/2004.

GRAN BRETAÑA. Trade Marks Act 1994. In: Website The Patent Office. Disponible en: www.patent.gov.uk/legal/tmlaw.htm Acceso en: 24/01/2005.

GRAN BRETAÑA. Statutory Instrument 2000 n.º 136, Trade Marks Rules 2000. In: The UK Patent Office. Disponible en: <http://www.legislation.hmso.gov.uk/si/si2000/20000136.htm#22> Acceso en: 24/01/2005.

GRAN BRETAÑA. THE UK PATENT OFFICE. Trade mark registry work manual. Chapter 12 Certifications marks. Disponible In: <http://www.patent.gov.uk/tm/reference/workman/chapt12/index.htm> Acceso: 07/02/2004

ITALIA. Ley de marcas, Decreto del 21 de junio de 1942, n.º 929, modificado por el Decreto Legislativo de fecha 4 de diciembre de 1992, n.º 480

ITALIA. Codice della Proprietà Industriale. Decreto Legislativo 10 de febrero del 2005, n.º 30. Gazzetta Ufficiale n.º 52 (Suppl. Ordinario n.º 28), del 3 de marzo 2005. In: Website Gaceta Ufficiale della Repubblica Italiana. Disponible en: www.gazzettaufficialeonline.it Acceso en: 01 de julio de 2005.

GUATEMALA. Ley de Propiedad Industrial del año 2000. Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE. Disponible en: <http://www.sice.oas.org/ipnale.asp> Acceso el 21 de marzo 2002.

NICARAGUA. Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos n.º 380 del año 2001. Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE. Disponible en: <http://www.sice.oas.org/ipnale.asp>
Acceso el 21 de marzo 2002.

PANAMÁ. Ley n.º 35. Disposiciones sobre Propiedad Industrial de 1996; Reglamento de la Ley n.º 35, 1998. Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE. Disponible en: <http://www.sice.oas.org/ipnale.asp> Acceso el 21 de marzo 2002.

PARAGUAY. Ley Sobre Marcas. n.º 1294. Reglamento de la Ley sobre Marcas 1294. Decreto n.º 22365 del año 1998. Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE Disponible en: <http://www.sice.oas.org/ipnale.asp> Acceso el 21 de marzo 2002.

Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea. Diario Oficial n.º C325 de 24 diciembre 2002. In: Website EURLEX. Disponible en: <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/es/treaties/index.htm>
Acceso en: 05 de enero de 2005

URUGUAY. Normas relativas a Marcas n.º 17.011 del año 1998; Reglamento de la Ley Relativa a las Marcas n.º 17.011. Decreto n.º 34.999 del año 1999. Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE. Disponible en: <http://www.sice.oas.org/ipnale.asp> Acceso el 21 de marzo 2002.

VENEZUELA. Ley Del Sistema Venezolano para la Calidad publicada en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N.º 37555 del 23 de octubre de 2002.

OMPI. Acuerdo sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio. Ginebra: OMPI, 1996.

REREFENCIAS EN MEDIO ELECTRÓNICO

ACTIVIDADES DE LA UNIÓN EUROPEA. Disponible en:
<http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/l21013.htm> Acceso en: 01/12/2005.

AENOR. Disponible en: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/l21013.htm> Acceso en:
01/12/2005.

ASOCIACIÓN BRASILEÑA DE NORMAS TÉCNICAS. Disponible en:
http://www.abnt.org.br/home_new.asp Acceso en: 01/12/2005.

BABCOCK, Bruce A; CLEMENS, Roxanne. Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value-Added Agricultural Products. MATRIC Briefing Paper 04-MBP 7. May 2004. Disponible en: www.card.iastate.edu/publications/DBS/PDFFiles/04mbp7.pdf Acceso en: 22 de nov. 2005.

CERT ID. Disponible en: Website http://www.cert-id.com/es/industry_methods.htm Acceso 4 de julio de 2005.

COMISIÓN HALAL. Reglamento de uso de la marca de calidad Halal In: La calidad Halal. Disponible en: www.verdeislam.com/vi_12/halal.htm Acceso 4 de julio de 2005.

COMUNIDAD VALENCIANA. Reglamento de uso: Decreto 91/1998 del 16 de junio. Gobierno Valenciano. DOGV nº 3273 del 26/06. In Website de la Comunidad Valenciana. Disponible en: <http://www.gva.es/jsp/portalgv.jsp?deliberate=true> Acceso en: 20 de junio se 2005.

CRUZ GOMEZ, José Carlos; COBOS, Blanca Lucena y otros. Sistemas de certificación de la calidad en el sector agroalimentario español. In: Website de la Unidad de prospectiva de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Distribución y consumo. Jul-agosto, 2004. Disponible en: www.mercasa.es/nueva/revista/pdf Acceso en: 18 de junio de 2005.

ENAC. Norma EN 45011. In: Website del ENAC. Disponible en: www.enac.es Acceso 17 de junio de 2005.

ENAC. La acreditación. In: Website del ENAC. Disponible en:

http://www.enac.es/html/index.php?seccion=contenido_acre.htm Acceso en: 17 de junio de 2005.

FLOWER LABEL PROGRAM. In: Website Flower Label Program. Disponible en: www.flower-label-program.org Acceso en: 20 de junio de 2005.

FONDONORMA. Disponible en: <http://www.fondonorma.org.ve/marcanorven.htm> Acceso en: 01/12/2005

FUNDACIÓN DE LA MARCA DE GARANTÍA PUERTO DE VALENCIA. Reglamento de uso. Disponible en: www.marcagarantia-ptovlc.com/REGULACION/CONJUNTO.html Acceso en: 9 de junio de 2005.

INMETRO. Disponible en: <http://www.inmetro.gov.br/imprensa/marca.asp> Acceso en: 01/12/2005

INSTITUT DE CERTIFICATION DES AUDITEURS. Une marque AFAQ AFNOR Certification. Disponible en: Website <http://www.afaq.org/web/afaginstit.nsf/volfr/sercomp2> Acceso en: 4 de julio de 2005.

INSTITUTO HALAL. La Marca de Garantía Halal. Disponible en: Website www.institutohalal.com/marca%20de%20garantia/index.htm Acceso en: 4 de julio de 2005.

INTERNATIONAL ORGANIZATION STANDARDIZATION. Disponible en: <http://www.iso.org/iso/en/ISOOnline.frontpage> Acceso en: 01/12/2005.

LEMA DEVESA. Comparecencia ante la Comisión de Ciencia y Tecnología del Congreso de los Diputados, para informar sobre el Proyecto de Ley de Marcas. Sesión nº 13 de fecha 27 de abril de 2001. In: Diario de sesiones del Congreso de los Diputados, año 2001 VII Legislatura nº 226. Disponible en: [www.congreso.es/cgi-bin/docu/BRSCGI?CMD=VERLST&BASE=PUW7&DOCS=1-1&FMT=PUWTXDTS.fmt&QUERY=\(CDC200104270226.CODO.\)#\(P/Egina6754\)](http://www.congreso.es/cgi-bin/docu/BRSCGI?CMD=VERLST&BASE=PUW7&DOCS=1-1&FMT=PUWTXDTS.fmt&QUERY=(CDC200104270226.CODO.)#(P/Egina6754)) Acceso en: 19 de mayo de 2005.

MADRID EXCELENTE. Reglamento de uso de la Marca de Garantía “Madrid Excelente”, para servicios. In: Website. Madrid Excelente. Disponible en: www.madridexcelente.es . Acceso el 01 de marzo del 2004.

OMPI. La propiedad intelectual como motor del desarrollo económico. La experiencia de América Latina y el Caribe. In: **Revista Digital de la OMPI. Impulsar la propiedad intelectual. Especialidades y desarrollo de marcas en América Latina y el Caribe**. Ginebra, enero-feb. 2004. Disponible en:

http://www.wipo.int/freepublications/es/general/121/2004/wipo_pub_121_2004_05_06.pdf

Acceso en: 17/05/2004.

Products with Certification marks at the U S Patent and Trademark Office. Certification Marks with Geographical Indications In: Website Certified Kobe Beef. Disponible en:

www.american.edu/Ted/giant/files/certificationmarkregistry.xls Acceso en: jun. de 2005

MARCA DE GARANTÍA “TALAVERA CERAMICA–HECHO EN TALAVERA”.

Reglamento de uso. Boletín Oficial de la Provincia de Toledo nº 8, de fecha 12/01/2001.

Disponible en: www.bop.diputoledo.es/Boletines/2000/Febrero/bop26022000.pdf Acceso en: 20 de junio de 2005.

REGIONE VENETO. Regolamento di attuazione della Legge Regionale n. 12 del 31 maggio 2001. “Tutela e valorizzazione dei prodotti agricoli e agro-alimentari di qualità.” In: Website Ufficiale della Regione Veneto. Disponible en: <http://www.regione.veneto.it> Acceso en: 4 de julio de 2005.

UFFICIALE DELLA REGIONE VENETO. Il marchio regionale. Legge regionale 31 marzo 2001, n. 12. Disponible en: Website

<http://www.regione.veneto.it/Economia/Agrocoltura+e+Foreste/Agroalimentare/Prodotti+tipici+e+di+qualita/Marchio+regionale/> Acceso en: 4 de julio de 2005.

UOKOSHER. Cómo obtener la certificación Kosher. Disponible en: Website www.oukoshers.org Acceso en: 4 de julio de 2005.

UOKOSHER. 7 pasos para la certificación. Disponible en: Website

<http://oukoshers.org/index.php/kosher/displaycertified>. Acceso en: 4 de julio de 2005.