



Lineamiento Nacional

para el reconocimiento
de marcas

.....



SISTEMA NACIONAL PARA LA
CALIDAD
DE COSTA RICA

Lineamiento de reconocimiento de marcas de conformidad por parte del **Sistema Nacional para la Calidad (SNC)**

Autor:

Consejo Nacional de Calidad (CONAC)

Equipo Técnico:

Mariluz Quirós López, Ente Costarricense de Acreditación

Mauricio Céspedes Mirabelli, Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica

Ronald Cortes Arguedas, Ministerio de Economía y Comercio

Marcela Prendas Peña, Laboratorio Costarricense de Metrología

Seidy Alfaro Gutiérrez, Ente Costarricense de Acreditación

Luis Rodríguez Ugalde, Dirección de Gestión Calidad Ambiental, MINAE

Equipo revisor:

Consejo Ejecutivo del Consejo Nacional (CONAC)

Colaboraciones gráficas:

María del Mar Quesada Fallas, Ente Costarricense de Acreditación
e Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO)



Índice

- 1 Introducción
- 2 Objetivo
- 3 Evaluaciones de tercera parte
- 4 Evaluaciones de primera y segunda parte
- 5 Tipos de marcas
- 6 Pasos para inscribir una marca en Costa Rica
- 7 Lineamientos para inscribir una marca de tercera parte
- 8 Reconocimiento de marcas de certificación de tercera parte internacionales
- 8 Beneficios de la certificación y uso de marcas reconocidas
- 10 Lineamientos para el reconocimiento por parte del SNC
- 10 Mecanismos de consulta y defensa del consumidor
- 11 Campañas de sensibilización

Índice

- 12 Evaluación de conformidad y acreditación
- 13 Anexo 1. Definiciones relevantes
- 16 Anexo 2. Tipos de marcas
- 17 Anexo 3. Mapa conceptual del lineamiento
- 18 Anexo 4. Integrantes del Sistema Nacional de la Calidad
- 19 Anexo 5. Guía de buenas prácticas evaluación de primera y segunda parte
- 21 Referencias bibliográficas

Introducción

Las marcas de conformidad son un instrumento que indica que un proceso de evaluación de la conformidad de un producto, proceso, servicio o sistema culminó exitosamente.

Estas pueden tomar muchas formas y tienen diferentes usos, por un lado, pueden transmitir información útil acerca de un producto, o indicar ciertas características particulares de un producto o servicio tales como su seguridad, su calidad, su desempeño, su confiabilidad o su impacto en el medio ambiente.

Documentos técnicos que describen características y establecen especificaciones de productos y servicios suelen mostrar marcas de conformidad aplicables. Se entiende que las marcas de conformidad así incluidas en esos documentos forman parte integral de los contratos de compra-venta de productos o servicios.

Con frecuencia las marcas son exhibidas en folletos y medios de promoción comercial, en puntos de venta, en redes sociales, en los propios envases y empaques de los productos, entre otros; informando a usuarios y consumidores actuales y potenciales para que estos tomen mejores decisiones a la hora de compra.

Sin embargo, la proliferación de marcas de conformidad y su extensivo uso comercial tratando de hacer diferenciación en ambientes y mercados competitivos, ha dado lugar a ambigüedades y abusos que pueden generar confusión e inducir a error a los compradores, por lo general poco informados, sobre los alcances y respaldos de esas marcas.

Este lineamiento proporciona las pautas para el buen uso e interpretación de las marcas de conformidad en los diferentes mercados costarricenses desde la oferta, demanda y hasta los consumidores y reguladores.

Evaluación de la conformidad y marcas de conformidad

La Organización Internacional de Normalización (ISO) define la evaluación de la conformidad como la demostración que se cumplen requisitos especificados, esto puede aplicar para actividades de ensayo, la inspección, la validación, la verificación, la certificación y la acreditación.

Las marcas de conformidad que se hablarán y promoverán en este lineamiento son el resultado final de evaluaciones realizadas por un tercero competente y acreditado y sirven para demostrarle al consumidor o usuario que una organización, producto, servicio, etc., cumple, con los estándares de la industria, reglamentos técnicos, esquemas privados, según lo determine el propietario de la marca de conformidad.

Los requisitos pueden estar especificados en normas, en reglamentos técnicos o en otros documentos normativos, incluidos manuales y hojas técnicas propias de las organizaciones y empresas.

Las marcas de conformidad deben siempre apoyarse en procesos de evaluación de la conformidad. Estos procesos pueden ser llevados a cabo bien por personas físicas o jurídicas independientes de las organizaciones o empresas oferentes que llegan al mercado, o bien por organizaciones externas con las que existe alguna relación por parte del oferente o incluso por departamentos o personas de la propia organización oferente. La distinción entre ellas tiene implicaciones importantes y, para simplificar, se las conocen como procesos de evaluación de primera parte, de segunda parte y de tercera parte, respectivamente. Mas adelante se detallarán sus diferencias.

Un grupo de normas técnicas ISO definen y especifican las actividades de evaluación de la conformidad, ordenando su apropiado uso y su aplicación en los convenios y mercados a escala nacional y supranacional. Los lineamientos para el reconocimiento en Costa Rica de marcas de conformidad de este documento se enfocan en las marcas respaldadas por procesos de evaluación de tercera parte independientes y pretenden contribuir a clarificar y prevenir la inducción de error al consumidor sin constituir una barrera técnica al comercio.

Objetivo

Establecer los lineamientos generales para el reconocimiento por parte del **Sistema Nacional para la Calidad (SNC)** de las marcas de conformidad, con el fin de brindar información veraz y completa a los consumidores, oferentes, compradores, reguladores y organismos de evaluación de la conformidad sobre su aplicación y uso en los mercados locales de Costa Rica.



Tipos de actividades de evaluación

En el mundo de la evaluación de la conformidad existen diferentes tipos de actividades de evaluación:

- **Evaluaciones de tercera parte**
- **Evaluaciones de primera y segunda parte**

Para el propósito de este lineamiento es importante detallar en que consiste cada una de estas evaluaciones con el fin de que los usuarios puedan comprender la diferencia entre cada una de ellos (para más información puede acceder al Anexo 1 de definiciones):

Evaluaciones

de tercera parte (independiente):

Este tipo de evaluación da al usuario la mayor confianza y credibilidad posible en el mercado. Consiste en actividades de evaluación de la conformidad que pueden realizar laboratorios de ensayo, laboratorios de calibración, laboratorios clínicos, organismos de inspección, organismos de certificación, verificación de gases de efecto invernadero, proveedores de ensayos de aptitud, entre otros. Estos organismos de la evaluación de la conformidad son de tercera parte (es decir independientes a la organización que se evalúa) y que se encuentra debidamente acreditado. Por ejemplo, los organismos de certificación certifican que el objeto que se evalúa (ya sea un producto, proceso, servicio) cumple con requisitos especificados, en una norma, reglamentos técnicos o esquemas nacionales o internacionales reconocidos. El organismo independiente es quien declara este cumplimiento por medio de un proceso robusto donde ha demostrado su competencia al organismo de acreditación para llevar a cabo dicha certificación.

Aunque este tipo de certificaciones no son obligatorias, sí son a nivel nacional e internacional las que brindan mayor transparencia y confianza a los usuarios, debido a que se puede confirmar con evidencias objetivas si "algo" cumple o

no cumple. Si una organización certificada o verificada con un organismo acreditado realiza una aseveración relacionada a su alcance por medio de una marca de conformidad, el riesgo de generar confusión al usuario es bajo, gracias a todo el encadenamiento que conlleva este tipo de evaluación.

Las organizaciones que se someten a este tipo de certificaciones o verificaciones acreditadas pueden utilizar marcas de conformidad de tercera parte debidamente registradas. Este lineamiento promueve que los dueños de las marcas utilicen este tipo de evaluación, para lo cual el Sistema Nacional para la Calidad pone a disposición a cada uno de sus integrantes, ver Anexo 4 para conocer más sobre ellos.

Evaluaciones

de primera y segunda parte

Las actividades de evaluación de la conformidad de primera parte consisten en actividades que llevan a cabo los proveedores, inversionistas, anunciantes o promotores, los diseñadores o los dueños del "objeto" sujeto a evaluación. Estas pueden incluir o no las auditorías internas de la propia organización. Por otro lado, las actividades de evaluación de la conformidad de segunda parte, incluyen a compradores o usuarios de productos, o clientes potenciales que buscan apoyarse en el sistema de gestión del proveedor, o las organizaciones que representan dichos intereses. Entre las personas u organizaciones que llevan a cabo actividades de evaluación de la conformidad de segunda parte se encuentran las organizaciones para la defensa del consumidor, los organismos reglamentarios que aplican leyes sobre los productos y servicios para la protección del consumidor y de los intereses públicos, las organizaciones centralizadas de contratación pública, y los agentes de compras del sector privado.

En este tipo de evaluación no necesariamente existe una confirmación por parte de un tercero independiente acreditado acerca de los requerimientos evaluados, por lo que el riesgo de que una aseveración realizada por una organización sea confusa puede ser mayor, dado que tal aseveración no pudo ser comprobada por un tercero competente, objetivo e imparcial, bajo

un esquema. Por último, estas evaluaciones no deben utilizar marcas de conformidad de organizaciones evaluadoras de tercera parte. Por tanto, si realizan algún tipo de declaración o usan algún distintivo o marca, estos deben ser transparentes, claros y no engañosos con el comprador o con las autoridades reguladoras. Este documento de lineamientos no se enfoca en este tipo de evaluaciones de la conformidad, sin embargo, el anexo 5 incluye una guía de buenas prácticas a seguir para este tipo de evaluaciones. Como se ha mencionado, este documento de lineamientos se enfoca principalmente en las marcas de conformidad de tercera parte. Para más información ver definiciones en anexo 1.

ISO ha detectado la necesidad de normar las autodeclaraciones o declaraciones del fabricante, en las que se usan evaluaciones de conformidad de primera parte para afirmar el cumplimiento de los requisitos de una norma o regulación técnica. Estas declaraciones, por su bajo costo, pueden ser aceptables y válidas en muchos casos, aunque sí se requiere que contengan información veraz y completa sobre los requisitos que afirma satisfacer, sobre el modo en el que se realizó el proceso de evaluación de la conformidad correspondiente y sobre quién estuvo a cargo del proceso.



Evaluaciones de 1era y 2da parte

- Válidas y aceptables en muchos casos, especialmente en los que los riesgos asociados a un eventual incumplimiento son bajos o moderados.
- No son certificados por un tercero independiente.
- No pueden acceder a marcas de conformidad de tercera parte.

Evaluaciones de 3era parte

- Realizadas por un organismo de evaluación independiente.
- Se puede utilizar una marca de conformidad registrada.
- Las evaluaciones 3era parte ofrecen un nivel de confianza mayor que las de 1era y 2da parte y son aplicables en todos los casos, pero especialmente exigibles en aquellos casos en los que los riesgos asociados a un incumplimiento son más altos.

Tipos de marcas

La propiedad industrial es una de las dos ramas que conforman la propiedad intelectual y es un concepto que incluye todo lo relacionado con patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas y denominaciones de origen. En nuestro país la institución rectora, en materia de propiedad intelectual, es el registro racional, pues es el único ente gubernamental autorizado para inscribir, proteger y divulgar acciones en ese sentido. Lo anterior se enmarca bajo la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos N°7978

Una marca puede estar compuesta por un signo o combinación de ellos, así como incluir palabras o conjuntos de palabras, nombres de personas, letras, números, elementos figurativos, cifras, monogramas, retratos, etiquetas, escudos, estampados, viñetas, orlas, líneas o franjas, combinaciones y disposiciones de colores, así como sonidos. Asimismo, pueden consistir en la forma, presentación o acondicionamiento de los productos, sus envases o envolturas o de los medios o locales de expendio de los productos o servicios correspondientes (Artículo 3 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos).

Aunque su registro no es obligatorio, deben protegerse porque su inscripción otorga al titular, el derecho exclusivo de impedir que otras personas utilicen una marca igual o similar para los mismos productos o servicios, y evitar con ello confusión en los consumidores. Cualquier persona física o jurídica puede solicitar una marca y el trámite se realiza personalmente, pues no se necesita la intervención de un abogado.

Las marcas de certificación como se conoce en el Registro Industrial de la Propiedad (RIP), y que llamaremos marcas de conformidad a lo largo de este lineamiento, es uno de los tipos de marcas que se pueden inscribir en el registro y para términos de este documento se conocen como marcas de conformidad y estas son emitidas por organismos acreditados que realizan la evaluación de la conformidad de tercera parte, que indica que un objeto de evaluación de la conformidad (un producto, un proceso, una persona, un sistema o un organismo) es conforme con los requisitos especificados, en una norma, esquema o reglamento técnico.

Para mayor detalle de las definiciones y otros tipos de marcas, ver Anexo 1 de este lineamiento.

• • • • •

¿Cuáles son los pasos para inscribir una marca en Costa Rica?

A continuación, se presenta una “hoja de ruta” sobre los pasos para inscribir una marca. Más adelante se detallan los pasos para inscribir correctamente las marcas de conformidad de tercera parte:



Nota: las marcas de conformidad se deben registrar por parte de organismos de certificación y no por las organizaciones que se certifican con dichos organismos.

Lineamientos para inscribir de forma correcta una marca de certificación de tercera parte en el país:

1

Se debe presentar una solicitud de registro de marca ante el Registro de la Propiedad Industrial, dicho trámite puede ser presentado tanto por un ente público o privado.

2

El registro realiza un examen de forma de los documentos entregados, y en caso que se presente solicitud para marca de certificación o en apariencia asemeje una marca de conformidad, se aplica lo indicado en la Directriz Administrativa DRPI-004-2013 del Registro de Propiedad Industrial publicada en el Diario Oficial La Gaceta No.163 del 27 de agosto del 2013.

3

El solicitante deberá acompañar la solicitud de registro con un reglamento de uso de la marca, el cual fija las características garantizadas por la presencia de la marca y la manera como se ejercerá el control de calidad antes y después de autorizarse el uso de la marca.

4

El Ente Costarricense de Acreditación (ECA) será el encargado de aprobar o rechazar los reglamentos de uso de marcas de certificación para lo cual cuenta con el ECA-MC-MA-Po7 Procedimiento para la aprobación de reglamentos de uso de marcas de certificación y para lo cual utiliza como base los requisitos de la norma INTE ISO 17030 Evaluación de la conformidad — Requisitos generales para las marcas de conformidad de tercera parte, en su versión vigente.

5

El solicitante deberá presentar la aprobación del reglamento ante el Registro de la Propiedad Industrial para continuar su proceso y su revisión de fondo.

6

Las marcas de conformidad aprobadas se podrán verificar en la base de datos mundial <https://www.tmdn.org/tmview/>, sin embargo, las marcas de conformidad de tercera parte se deben consultar directamente al Registro.



Los pasos anteriormente mencionados, corresponden a las buenas prácticas que toda persona física o jurídica, ente público o privado debe realizar para que su marca de conformidad de tercera parte tenga respaldo.

Reconocimiento de marcas de certificación de tercera parte internacionales

El Ente Costarricense de Acreditación (ECA) puede realizar el reconocimiento de las marcas de conformidad de tercera parte de Organismos de Certificación o Verificación acreditados con otros organismos de acreditación a nivel internacional mediante el procedimiento ECA-MC-MA-P07 Procedimiento para la aprobación de reglamentos de uso de marcas de certificación, para lo cual se consultará al solicitante si desea realizar dicho proceso.

Beneficios de la certificación y uso de marcas reconocidas

Las certificaciones de tercera parte en conjunto con las marcas de conformidad que representan, tienen una serie de ventajas competitivas y de mejora continua para las organizaciones. A pesar de que las certificaciones no son obligatorias, en los últimos años se han convertido en instrumentos de reconocimiento del mercado, así como elementos demostrativos de cumplimiento ante las autoridades nacionales e internacionales, de ahí se desprende la importancia de que las organizaciones accedan, cuando lo requieran y preferan, a servicios de certificación o verificación acreditados que puedan respaldar el cumplimiento contra una norma o reglamento técnico.

Entre los beneficios actuales de la certificación acreditada se encuentran:

Ante el mercado

- Mejorar la imagen y claridad de los productos y/o servicios ofrecidos.
- Favorecer su desarrollo y afianzar su posición.
- Ganar cuota de mercado y acceder a mercados internacionales gracias a la confianza que genera ante los clientes y consumidores.
- Acceder a los incentivos que se ofrecen en las compras públicas sustentables en el mercado nacional.

Ante los clientes

- Aumentar la satisfacción de los clientes.
- Acceder a segmentos de mercado con consumidores sensibilizados con los temas de calidad.
- Eliminar múltiples auditorías con el correspondiente ahorro de costos.
- Acceder a acuerdos de calidad concertada con los clientes.

Para la gestión de la empresa

- Servir como medio para mantener y mejorar la eficacia y adecuación del sistema de gestión de la calidad al poner de manifiesto los puntos de mejora.
- Cimentar las bases de la gestión de la calidad y estimular a la empresa para entrar en un proceso de mejora continua.
- Ayudar a gestionar los riesgos sociales, ambientales y económicos.
- Aumentar la motivación y participación de personal, así como mejorar la gestión de los recursos.
- Diferenciar a aquellos productos o servicios de la empresa que tengan un mejor desempeño ambiental o social.
- Acceder a segmentos del mercado, tanto a nivel nacional como internacional, que sean más sensibles a temas ambientales, sociales o a ambos.

Ante el estado

- El Comité Directivo Nacional de Compras Públicas Sustentables, en conjunto con el Ministerio de Hacienda (ministerio rector de las compras del Estado), promoverá en las licitaciones estatales del Poder Ejecutivo y en las instituciones públicas descentralizadas y autónomas el uso de las normas y reglamentos técnicos aplicables para la especificación de productos y servicios, así como el uso de certificaciones reconocidas para la demostración de la conformidad correspondiente, si las hubiera, otorgando puntos adicionales que puedan dar ventaja en la adjudicación

Lineamientos para el reconocimiento por parte del SNC

El Sistema Nacional para la calidad reconocerá las marcas de conformidad de tercera parte emitidas por organismos de certificación debidamente acreditados o reconocidos con el Ente Costarricense de Acreditación (ECA) y que cumplan con este lineamiento.

• • • • •

Mecanismos de consulta y defensa al consumidor:

- El Sistema Nacional para la Calidad a través de la Secretaría Técnica pone a disposición de la ciudadanía el correo electrónico secretariaconac@meic.go.cr con el fin de colaborar y guiar en los procesos que correspondan con este lineamiento.
- Si cualquier ciudadano, PYME, empresa, entidad o institución pública o privada tiene dudas ante una marca de conformidad de tercera parte o desea denunciar violaciones, si se detecta un acto de publicidad engañosa en los términos de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, N° 7472, deberá seguir los pasos dispuestos en la Dirección de apoyo al consumidor https://www.consumo.go.cr/tramites_servicipublicos/denuncias.aspx y en cuyo caso aplicarán las normas respectivas establecidas en dicha ley.
- En aquellas situaciones donde una empresa o entidad afectada en el marco de esta Ley identifique actos de competencia desleal conforme al inciso d) del artículo 17 de la Ley N° 7472, deberá acudir a los órganos jurisdiccionales competentes, según lo señala el artículo 3 de la Ley N° 9736, Ley de Fortalecimiento de las Autoridades de Competencia de Costa Rica.
- En cuanto al uso no autorizado de marcas de conformidad o cuando proceda, aplicará lo dispuesto en la Ley de Procedimientos de Observancia de Derechos de Propiedad Intelectual, N° 8039 y sus eventuales reformas.

Social Networks

Campañas de sensibilización

El **SNC** como parte del proceso de promoción y sensibilización del presente lineamiento, realizará campañas de divulgación a la población general y usuarios del documento, por medio de redes sociales, enfocándose prioritariamente en consumidores, instituciones públicas y privadas.

Para lo anterior se realizará material educativo para circular por medio de todos los actores del SNC Se buscará crear convenios con actores claves para difundir de forma masiva esta información.

.....

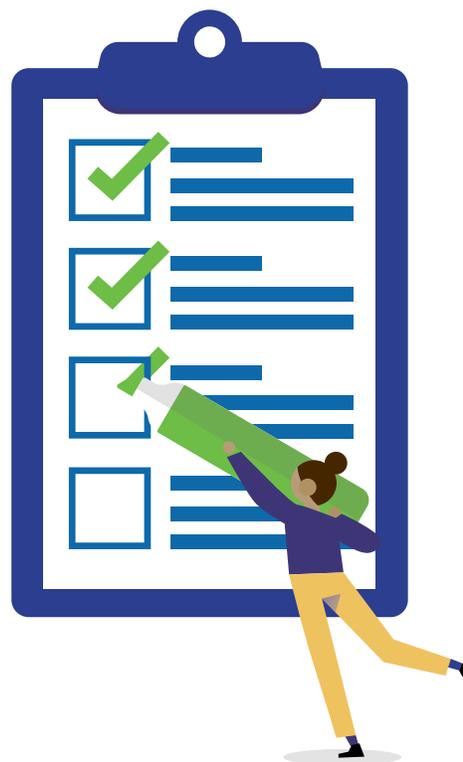
Evaluación de conformidad y acreditación

La certificación es un proceso por el cual un tercero (organismo de certificación o de validación/verificación) evalúa o comprueba que una empresa cumple con requisitos específicos en la realización de sus actividades. Existen diferentes tipos de certificación o verificación donde pueden utilizarse marcas de conformidad.

- **Certificación de producto, procesos o servicios**
(Incluye etiquetado ambiental tipo 1)
- **Certificación de sistemas de gestión**
- **Certificación de personas**
- **Validación o verificación**
(Incluye etiquetado ambiental tipo 3)

La acreditación es un proceso por el cual un organismo (ejemplo un organismo de certificación) somete sus actividades a una evaluación por parte de una entidad externa (entidad de acreditación) que a su vez cuenta con reconocimientos internacionales que respaldan sus actividades de acreditación.

Con la acreditación se comprueba la competencia para llevar a cabo tareas específicas y el cumplimiento de dichas actividades de certificación o verificación respecto a una normativa establecida.



Anexo 1

Definiciones relevantes

1 Marca de conformidad de tercera parte¹

Marca protegida, emitida por un organismo acreditado que realiza la evaluación de la conformidad de tercera parte, que indica que un objeto de evaluación de la conformidad (un producto, un proceso, una persona, un sistema o un organismo) es conforme con los requisitos especificados.

Ejemplo

Las marcas de conformidad de tercera parte pueden ser: marcas de certificación de producto, marcas de certificación de sistema de gestión de la calidad/ambiental, marcas de conformidad ambiental, etc.

Nota 1 a la entrada: Una marca protegida es una marca que tiene una protección legal contra un uso no autorizado.

Nota 2 a la entrada: Los requisitos especificados generalmente se establecen en normas internacionales, normas regionales o nacionales, reglamentos y especificaciones.

2 Actividad de evaluación de la conformidad de tercera parte⁴

Actividad de evaluación de la conformidad que lleva a cabo una persona u organización que es independiente del proveedor del objeto de evaluación de la conformidad (y que no tiene interés como usuario en el objeto).

Nota 1 a la entrada: Las denominaciones de primera, segunda y tercera parte utilizados para caracterizar las actividades de evaluación de la conformidad en relación con un objeto dado no deben confundirse con la identificación legal de las partes pertinentes de un contrato.

3 Actividad de evaluación de la conformidad de segunda parte⁴

Actividad de evaluación de la conformidad que lleva a cabo una persona u organización que tiene interés como usuario en el objeto de evaluación de la conformidad (4.2).

Ejemplo

Entre las personas u organizaciones que llevan a cabo actividades de evaluación de la conformidad de segunda parte se incluye, por ejemplo, los compradores o los usuarios de productos, o los clientes potenciales que buscan apoyarse en el sistema de gestión del proveedor, o las organizaciones que representan dichos intereses. Los ejemplos de organizaciones que representan los intereses de los usuarios incluyen a las organizaciones para la defensa del consumidor, los organismos reglamentarios que aplican leyes sobre los productos y servicios para la protección del consumidor y de los intereses públicos, las organizaciones centralizadas de contratación pública, y los agentes de compras del sector privado.

Nota 1 a la entrada

Las denominaciones de primera, segunda y tercera parte utilizados para caracterizar las actividades de evaluación de la conformidad en relación con un objeto dado no deben confundirse con la identificación legal de las partes pertinentes de un contrato.

Nota 2 a la entrada

Si una actividad la lleva a cabo un organismo externo que actúe en nombre de y es controlado por una persona u organización con un interés del usuario, la actividad continúa llamándose una actividad de evaluación de la conformidad de segunda parte (por ejemplo, las auditorías de la cadena de suministro que lleva a cabo un organismo externo en nombre del comprador).

4 Actividad de evaluación de la conformidad de primera parte⁴

Actividad de evaluación de la conformidad que lleva a cabo la persona o la organización que provee o que es el objeto de evaluación de la conformidad (4.2)

Ejemplo

Actividades que llevan a cabo los proveedores, los diseñadores o los dueños del objeto, los inversionistas en el objeto, y los anunciantes o promotores del objeto.

Nota 1 a la entrada

Las denominaciones de primera, segunda y tercera parte utilizadas para caracterizar las actividades de evaluación de la conformidad con respecto a un objeto dado no se deben confundir con la identificación legal de las partes pertinentes en un contrato.

Nota 2 a la entrada

Si una actividad la lleva a cabo un organismo externo que actúe en nombre de y es controlado por una persona u organización con un interés del usuario, la actividad continúa llamándose una actividad de evaluación de la conformidad de segunda parte (por ejemplo, las auditorías de la cadena de suministro que lleva a cabo un organismo externo en nombre del comprador).

5 Emisor de una marca de conformidad de tercera parte¹

Organismo que otorga el derecho a utilizar una marca de conformidad de tercera parte.

Nota 1 a la entrada

El emisor puede no ser el propietario de la marca de conformidad de tercera parte, y puede estar autorizado a otorgar a su vez dicha licencia a otros organismos.

6 Signos que pueden constituir una marca²

Las marcas se refieren, en especial, a cualquier signo o combinación de signos capaz de distinguir los bienes o servicios, especialmente las palabras o los conjuntos de palabras (incluidos los nombres de personas), las letras, los números, los elementos figurativos, las cifras, los monogramas, los retratos, las etiquetas, los escudos, los estampados, las viñetas, las orlas, las líneas o franjas, las combinaciones y disposiciones de colores, así como cualquier otro distintivo. Asimismo, pueden consistir en la forma, la presentación o el acondicionamiento de los productos, sus envases o envolturas o de los medios o locales de expendio de los productos o servicios correspondientes.

7 Titularidad de la marca de certificación²

Podrá ser titular de una marca de certificación una empresa o institución de derecho privado o público, o bien un organismo estatal o paraestatal, nacional, regional o internacional, competente para realizar actividades de certificación de calidad.

Anexo 2

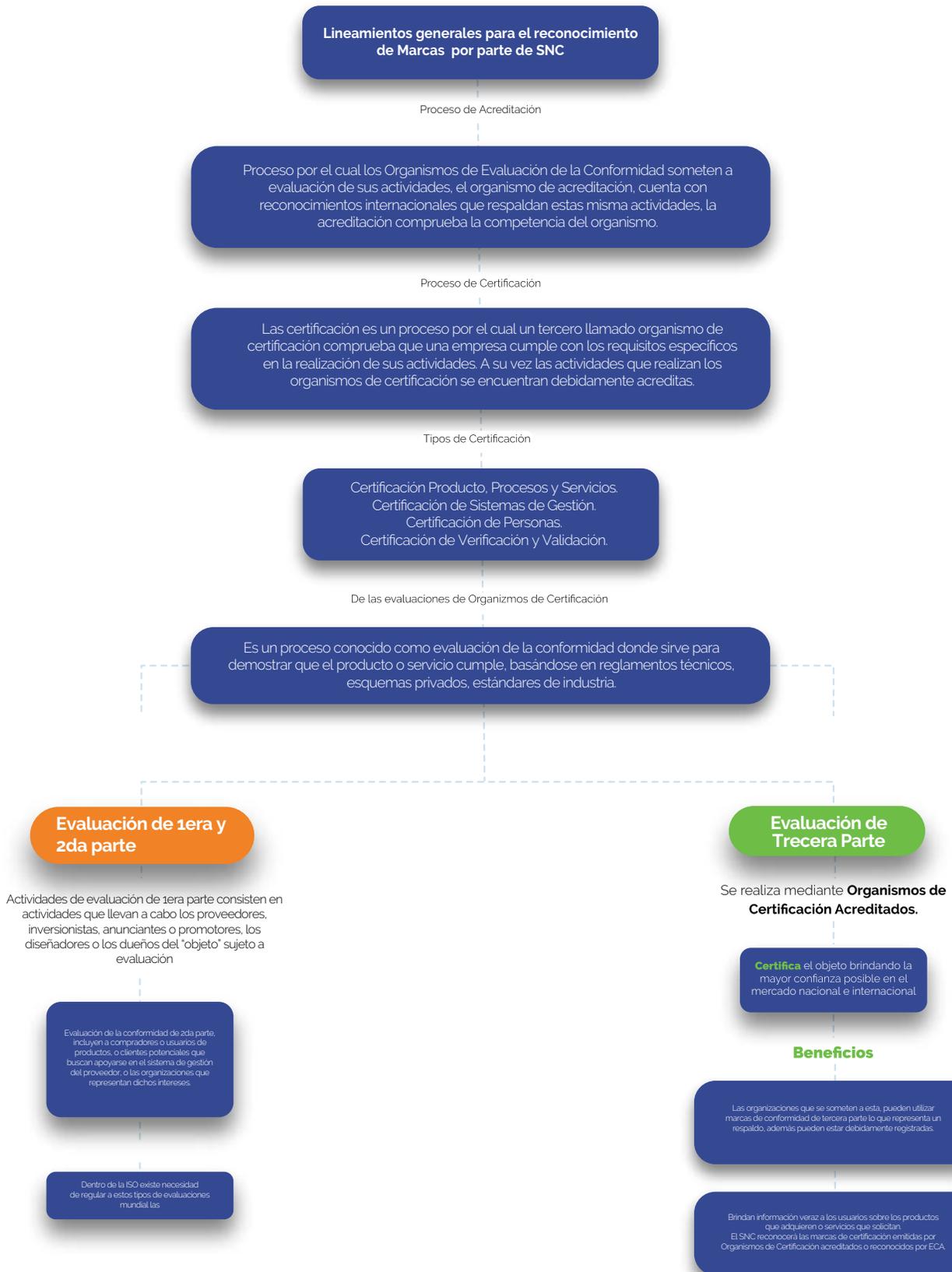
Tipos de marcas según Registro de la Propiedad

Marcas por función del signo:

- 1 Marcas de fábrica:** indican que los productos han sido producidos por una persona o empresa determinada o por un grupo de éstas y permiten al consumidor distinguirlos de otros productos en el mercado.
- 2 Marcas de comercio:** utilizadas para la comercialización de productos que son fabricados por terceros.
- 3 Marca de servicio:** este tipo de marcas distinguen la prestación de un servicio de cualquier clase (legales, contables, publicitarios, etc.).
- 4 Marca colectiva:** signo o combinación de signos cuyo titular es una entidad colectiva que agrupa a personas autorizadas por el titular para usar la marca.
- 5 Marca de certificación:** indican que los productos o servicios cumplen con ciertas normas o características que han sido controladas o certificadas por el titular.

Anexo 3

Mapa conceptual del lineamiento



Anexo 4

Integrantes del sistema Nacional de Calidad

El Consejo Nacional para la Calidad es el responsable de fijar los lineamientos del SNC. Cuenta con una secretaría Ejecutiva adscrita al



Integración del SNC



Laboratorio Costarricense de Metrología (LACOMET):
Laboratorio Nacional de referencia en metrología.

Ente Costarricense de Acreditación (ECA):
Organización encargada de otorgar y emitir acreditaciones a nivel nacional.



Organismos Acreditados:

- Organismos de certificación,
- Laboratorios de calibración,
- Laboratorios de ensayo,
- Laboratorios clínicos
- Organismos de inspección



Organismo de Reglamentación Técnica (ORT):
Órgano encargado de coordinar la elaboración de los reglamentos técnicos.

Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO):
Ente nacional de normalización. Responsable del desarrollo de normas.



Anexo 5

Guía de buenas prácticas para empresas u organizaciones que realizan actividades de evaluación de primera y segunda parte

Con el fin de que los usuarios puedan obtener información transparente por parte de las organizaciones o empresas que realizan evaluaciones de primera o segunda parte se presentan a continuación una guía de buenas prácticas a cumplir por parte del emisor:

1

Si cuenta con una marca, debe ser responsable de protegerla legalmente, es decir debe presentar una solicitud de registro de marca **ante el Registro de la Propiedad Industrial**, dicho trámite puede ser presentado tanto por un ente público o privado.

2

El Registro de la Propiedad Industrial, realiza un examen de forma de los documentos entregados y en caso que la marca se asemeje una marca de certificación se solicitará al dueño que se adecúe al tipo de marca correcto ya sea: marcas de fábrica, marcas de comercio, marca de servicio, o marca colectiva, con el fin de que no generar confusión con las marcas de conformidad de organismos de certificación acreditados.

3

Las marcas aprobadas e inscritas se podrán verificar en la página web del Registro de la Propiedad Industrial, <https://www.rnpdigital.com/> en el apartado de "Consulta de Marcas o Signos Distintivos".

4

Para generar un proceso de transparencia con el usuario, **la organización debe tener reglas que gobiernen el uso de las declaraciones que realiza**, ya sea por medio de una marca o una declaración escrita que incluya:

Tomar las medidas para minimizar los malentendidos y la falta de claridad relacionadas a la declaración

A

Tomar las acciones para resolver el uso indebido de la declaración.

B

C

D

Tomar las acciones y mantener un registro de todas las quejas relacionadas con el uso de la declaración.

E



Se debe indicar de forma clara, legible y en un lenguaje que sea entendido por los receptores a los que va dirigida, el tipo de declaración ejecutada en conjunto con la especificación de lo auto declarado. Ejemplo: "Declaración realizada por la organización ABC utilizando el documento/reglas XYZ". La información que la acompaña o la información disponible al público, debe identificar al emisor

F

Las declaraciones deben presentarse de manera tal que no implique que el producto es avalado o certificado por una organización de tercera parte independiente y acreditado, cuando no lo esté.

G

Las declaraciones pueden exhibirse sobre un producto, embalaje de producto, pero no deben interpretarse que el mismo está certificado de tercera parte cuando no lo está y no debe exhibir una marca de conformidad de tercera parte.

H

Contar con un acuerdo vinculante con las reglas mencionadas en los puntos anteriores entre el propietario de la marca y el usuario de la misma.

5

El dueño de la marca debe procurar no ser el consultor de la organización y posteriormente el evaluador de los requisitos de la misma, con el fin de que impere el principio de imparcialidad y exista la mayor transparencia posible con el usuario.

6

Se insta a las organizaciones dueños de marca que realizan declaraciones de primera y segunda parte a acercarse al SNC y sus actores para hacer sus consultas sobre la adecuada declaración de conformidad

Referencias

(1) International Organization for Standardization. 2003. Norma INTE ISO 17030 Evaluación de la conformidad — Requisitos generales para las marcas de conformidad de tercera parte, en su versión vigente. Obtenido de: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso-iec:17030:ed-1:v1:es>

(2) Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Ley N° 7978 (6 de enero 2020). Obtenido de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=45096&nValor3=72368&strTipM=TC

(3) Mark R. Barron. (2007). Creating Consumer Confidence or Confusion? The Role of Product Certification in the Market Today, Artículo 5, Volumen 11, Issue 2. Obtenido de: <https://core.ac.uk/download/pdf/148687124.pdf>

(4) International Organization for Standardization. 2020. Norma ISO/IEC 17000 Evaluación de la conformidad — Vocabulario y principios generales. Obtenido de: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:17000:ed-2:v2:es:sec:6>

(5) Propiedad Industrial: Marcas Comerciales. Fascículo 4. 2013. (28 de octubre 2004). Obtenido de: [https://www.rnpdigital.com/propiedad_industrial/documentos/fasciculos%20propiedad%20industrial/RN-4%20Marcas%20Comerciales%20\(Propiedad%20Industrial\).pdf](https://www.rnpdigital.com/propiedad_industrial/documentos/fasciculos%20propiedad%20industrial/RN-4%20Marcas%20Comerciales%20(Propiedad%20Industrial).pdf)

(6) Ley para el Sistema Nacional para la Calidad, Ley N° 8279, (2 de mayo 2002), y su reforma. Obtenido de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48548&nValor3=51738&strTipM=TC

(7) Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, N° 7472, (20 de diciembre 1994) Obtenido de: https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=26481

(8) Organización Mundial del Comercio. Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, Obtenido de: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/17-tbt.pdf

.....

Lineamiento Nacional

para el reconocimiento
de Marcas

.....



Primera edición: Noviembre 2021 San José - Costa Rica

.....