

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
FACULTAD DE DERECHO
DEPARTAMENTO DE DERECHO PRIVADO
ÁREA DE DERECHO MERCANTIL



-TESIS DOCTORAL-

MARCA, NOMBRE Y NOMBRE DE DOMINIO

Presentada por
D^a CLAUDIA BADILLO DÍAZ

Dirigida por
Prof. Dr. D. FERNANDO CARBAJO CASCÓN

Salamanca, 2023

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA
FACULTAD DE DERECHO
DEPARTAMENTO DE DERECHO PRIVADO
ÁREA DE DERECHO MERCANTIL



MARCA, NOMBRE Y NOMBRE DE DOMINIO

*Tesis doctoral presentada por :
CLAUDIA BADILLO DÍAZ, para
optar al Grado de Doctor, bajo la
dirección del Prof. Dr. D.
FERNANDO CARBAJO CASCÓN.*

Vº. B. del Director

Salamanca, Junio de 2023

ÍNDICE

ABREVIATURAS

INTRODUCCIÓN.....

CAPÍTULO I

NATURALEZA, FUNCIÓN Y NORMATIVA DE LA MARCA DENOMINATIVA, EL NOMBRE CIVIL, LA DENOMINACIÓN SOCIAL Y EL NOMBRE DE DOMINIO

1.	SIGNOS IDENTIFICADORES Y DISTINTIVOS DEL COMERCIO
1.1	Nacimiento jurídico de los signos distintivos y su utilidad en el ámbito del comercio
1.1.1	La marca y su principal referente, la marca denominativa.....
1.1.2	El nombre comercial, su distinción con la marca de servicio
1.1.3	La normativa reguladora de la marca en España, la Unión europea y en el ámbito internacional.....
1.2	Los principios reguladores de la marca y del nombre comercial, y sus excepciones....
1.2.1	Principio de inscripción registral.....
1.2.1.1	La marca notoria, excepción al principio de inscripción registral
1.2.2	El principio de territorialidad, ámbito geográfico de protección
1.2.3	El principio de especialidad, ámbito temático de protección
1.2.3.1	La marca renombrada, excepción al principio de especialidad
1.3	Las funciones inherentes a los signos distintivos marcarios
1.3.1	Función indicadora del origen empresarial
1.3.2	Función indicadora de la calidad.....
1.3.3	Función condensadora del eventual <i>good will</i> o reputación.....
1.3.4	La función publicitaria
1.3.5	Función de inversión
2.	LOS IDENTIFICADORES DE PERSONAS: EL NOMBRE CIVIL Y LA DENOMINACIÓN SOCIAL
2.1	El nombre civil, de su origen civil a su uso mercantil.....
2.1.1	Concepto y función que le otorga la normativa civil
2.1.2	El registro civil de la persona física y sus efectos legales
2.1.3	Uso del nombre civil en el ámbito mercantil

2.2	Otros signos identificadores de personas físicas con funciones distintivas.....
2.2.1	El seudónimo y sobrenombre.....
2.2.2	El título nobiliario
2.3	La denominación social, de identificador de persona jurídica a distintivo en el ámbito del comercio.....
2.3.1	Concepto y estructura, según la normativa mercantil
2.3.2	El registro mercantil de la persona jurídica y sus efectos legales
2.3.3	La función diferenciadora y su evolución como función distintiva
3.	EL IDENTIFICADOR TÉCNICO EN INTERNET: EL NOMBRE DE DOMINIO ...
3.1	El nombre de dominio, más allá de un identificador técnico
3.1.1	El origen técnico del nombre de dominio: concepto y estructura
3.2	Los diferentes tipos del nombre de dominio, atendiendo a su categoría estructural o geográfica.....
3.2.1	Los nombres de dominio de primer nivel genéricos
3.2.2	Los nombres de dominio de primer nivel geográficos
3.2.3	Los nombres de dominio de segundo nivel.....
3.3	El registro del nombre de dominio, el procedimiento hecho con un “clic”.....
3.3.1	El dominio genérico ante ICANN.....
3.3.2	El dominio .eu
3.3.3	El dominio .es y su registro ante Red.es.....
3.4	Los nombres de dominio desde el punto de vista jurídico. Naturaleza jurídica del nombre de dominio.....
3.4.1	La potencialidad distintiva del nombre de dominio, un hito en la teoría clásica de los signos distintivos.....
3.4.2	La importancia patrimonial del nombre de dominio.....

CAPÍTULO II

CONFLICTOS ORIGINADOS EN LAS DIFERENTES SEDES REGISTRALES

1.	RESTRICCIONES DE REGISTRO EN PRO DE PROTEGER DERECHOS ANTERIORES
1.1.1	Solicitud de registro de marca coincidente con una marca o nombre comercial anteriores
1.1.2	Solicitud de registro de marca coincidente con nombre civil, seudónimo o título nobiliario
1.1.3	Solicitud de registro de marca coincidente con denominación social anterior.....
1.1.4.	Solicitud de registro de marca coincidente con nombre de dominio anterior

1.2	Restricciones de registro de la denominación social.....	
1.2.1	Solicitud de registro denominación social coincidente con una marca o nombre comercial anterior.....	
1.2.2	Solicitud de registro de una denominación social coincidente con un nombre civil, seudónimo o título nobiliario	
1.2.3.	Solicitud de registro de denominación social coincidente con un nombre de dominio anterior	
1.3	Registro del nombre de dominio	
1.3.1	Solicitud de registro de nombre de dominio coincidente con una marca o nombre comercial anterior.....	
1.3.2	Solicitud de registro de nombre de dominio coincidente con nombre civil, seudónimo o título nobiliario.....	
1.3.3	Solicitud de registro de nombre de dominio coincidente con denominación social anterior	
3.	FACTORES A ANALIZAR EN LA SOLICITUD DE REGISTRO.....	
2.1	De forma.....	
2.1.1	Prioridad registral de signos anteriores	
2.1.2	Prohibiciones relativas de registro de la marca y nombre comercial	
2.1.3	Identidad o similitud de signos.....	
2.1.4	Uso obligatorio de la marca, requisito indispensable para preservar la protección registral.....	
2.2	De fondo.....	
2.2.1	Riesgo de confusión	
2.2.2	Riesgo de asociación	
2.2.3	Renombre de signos	
4.	CRITERIOS DE PRIORIDAD REGISTRAL	
3.1	De la marca	
3.2	De la denominación social	
3.3	Del nombre de dominio.....	

CAPÍTULO III

CONFLICTOS JUDICIALES POR COINCIDENCIA DE SIGNOS DE DIFERENTE NATURALEZA

1.	PRINCIPALES CONFLICTOS BIPARTITOS	
1.1	Marca vs denominación social	

1.1.1	Criterio mayoritario: la denominación social vulnera el Derecho de marca en todos los casos	
1.1.2	Criterio minoritario: la denominación social vulnera el Derecho de marca cuando tiene un uso distintivo empresarial.....	
1.1.3	Modificación del Real Decreto-ley 23/2018.	
1.2	Marca vs nombre de dominio	
1.3	Marca vs nombre civil, o seudónimo	
1.4	Denominación social vs nombre comercial.....	
1.4.1	Criterios de resolución de casos derivados por disputas entre la denominación social y el nombre comercial	
1.4.1.1	Primer criterio.....	
1.4.1.2	Segundo criterio.....	
1.4.1.3	Tercer criterio	
1.4.2	El nombre comercial extranjero no registrado, la protección del artículo 8 CUP	
1.5	Denominación social vs nombre de dominio	
2.	CONFLICTOS TRIPARTITOS.....	
2.1	Infracción de los derechos de marca por signos diferentes a los protegidos por la Ley de Marcas	
2.2	Riesgo de confusión y de asociación de la marca, afectación a otros signos del tráfico económico	
2.3	Renombre	
2.4	Nombre civil como signo distintivo ante otros signos del tráfico económico.....	

CAPÍTULO IV

CONFLICTOS DE RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL

1.	EL PECULIAR SISTEMA DE RESOLUCIÓN EXTRAJUDICIAL DE CONFLICTOS ENTRE NOMBRES DE DOMINIO	
1.1	Características específicas de la Política UDRP	
1.2	Controversias que se resuelven por el sistema extrajudicial de resolución de conflictos	
1.3	Etapas del procedimiento ICANN.....	
1.4	Consecuencias de la resolución de controversias por nombres de dominio.....	
2.	EL SISTEMA ES-NIC, REGULADOR DEL DOMINIO .ES	
2.1	Diferencias entre el procedimiento ICANN y el procedimiento ES-NIC	
3.	PROBLEMAS POR LA CONCURRENCIA DE NOMBRES DE DOMINIO Y SIGNOS DISTINTIVOS.....	

3.1	Concurrencia del nombre de dominio con la marca.....
3.2	Concurrencia del nombre de dominio con identificadores de la persona física
3.2.1.	El nombre civil de persona altamente conocida.....
3.2.2	El sobrenombre o apodo de persona famosa, reconocido como nombre
3.2.3	Nombre de personajes de ficción como nombre de dominio
3.3	Concurrencia del nombre de dominio con la denominación social y otros signos.....
4	RESPONSABILIDAD DE LOS REGISTRADORES.....

CONCLUSIONES.....

BIBLIOGRAFÍA.....

JURISPRUDENCIA.....

RESOLUCIONES DEL CENTRO DE ARBITRAJE Y MEDIACIÓN DE LA OMPI.....

INTRODUCCIÓN

La marca, el nombre comercial y el extinto rótulo de establecimiento, son los signos que fueron diseñados y han sido utilizados en el ámbito mercantil por los empresarios y profesionales para la distinción de sus productos y servicios respecto de otros de su misma especie. El Derecho de marca es el área de conocimiento jurídico que regula y protege estos signos. Sin embargo, el panorama en el mercado económico ha sido modificado por la progresiva inclusión y utilización de otros signos que, pese a no tener un origen en el Derecho de marca, ni ser propios para usarse como distintivos de productos y servicios, pueden cumplir tal función en el tráfico. Tal es el caso del nombre civil o seudónimo, de la denominación social o denominación de personas jurídicas en general, y del nombre de dominio en Internet.

Derivado de lo anterior, se han suscitado diversas situaciones en las que en un mismo ámbito material territorial existe identidad o similitud entre las denominaciones de signos utilizados como distintivos en el tráfico económico, tales como marcas (registradas o de hecho) nombres civiles o seudónimos, denominaciones sociales, o nombres de dominio. Consecuentemente, se puede producir erróneamente confusión o asociación entre ellos, o aprovechamiento intencional del prestigio de otro signo para beneficiarse de la reputación adquirida por ese signo en el mercado, sin el consentimiento correspondiente del titular. Esto, lógicamente, provoca controversias entre sus titulares, porque el derecho de exclusividad de uso se ve vulnerado por la utilización no autorizada de signos idénticos o similares por parte de terceros, ocasionando desprestigio y/o pérdidas económicas para los afectados, tanto por el daño derivado del uso del signo, como por lo invertido en los procesos para la resolución de dichas controversias. En general, los procesos suelen ser largos y complejos, y los criterios de resolución no siempre se han emitido en el mismo sentido, lo cual incrementa la litigiosidad y, con ello, la inseguridad jurídica y económica de los titulares de signos.

Los conflictos de este tipo se resuelven conforme a la normativa de marcas, principalmente, aunque también existe la opción del procedimiento de solución extrajudicial de conflictos creado por la ICANN en 1999 para el caso de los nombres

de dominio. Aparentemente la solución es sencilla; el derecho marcario se rige por el principio de legitimidad registral, el de territorialidad y el de especialidad. No obstante, existe la protección de la marca no registrada notoriamente conocida (y del nombre comercial no registrado), ampliando así el círculo de signos potencialmente distintivos. Por otra parte, el resto de signos diferentes a la marca, como los nombres civiles, denominaciones de personas jurídicas y nombres de dominio, se rige por su propia normativa, teniendo unas reglas propias de registro que no están articuladas con las reglas de registro de marcas y nombres comerciales, salvo en algunos casos puntuales.

Lo anterior genera un ambiente complejo sugestivo para la atenta observación de la realidad, que despertó un interés personal en el estudio de las diferentes naturalezas de los signos, sus diversas normativas, la problemática que ocasiona la concurrencia de signos, así como las posibles soluciones a las disputas originadas por el conflicto de intereses de los titulares de los diferentes signos confluyentes en el tráfico económico. Aunado a la inevitable atracción que causa las características específicas del nombre de dominio, por ser una herramienta tecnológica que irrumpe de forma disruptiva con los principios de territorialidad y especialidad, principalmente.

El análisis de las reglas de solución de conflictos de intereses derivados de las coincidencias de la marca denominativa, nombre comercial, nombre civil, denominación social, o nombre de dominio, tiene la intención buscar reglas prácticas, claras, uniformes y equitativas en la resolución de este tipo de controversias, desde el punto de vista de la protección patrimonial del signo de referencia pero también desde la perspectiva del respecto al derecho al honor y a la intimidad, y buscando la seguridad jurídica en interés de todos los operadores del tráfico económico, incluyendo los consumidores, y, así, en la mejor consecución del interés en general en el funcionamiento de un mercado en términos de competencia libre y leal, siendo evidente las relaciones íntimas entre el Derecho de los signos distintivos y el Derecho de la competencia. Es decir, se pretende apoyar el logro de un sistema armónico de convivencia de los diferentes signos en el tráfico económico, propiciando la tutela de la seguridad jurídica al evitar confusiones o prácticas deshonestas por parte de competidores en el mercado.

La normativa ha evolucionado en pro de la protección de los intereses de las partes afectadas; sin embargo, considero que se debe terminar de articular del todo un sistema armónico de registro de signos distintivos, cuidando no sólo el signo registrado frente a usos no autorizados de terceros en el tráfico, sino también los derechos anteriores y el derecho al honor y la intimidad, en su caso. En consecuencia, los tribunales deberán resolver conforme a este sistema, mediante reglas claras y uniformes, atendiendo a las circunstancias de los casos y las pruebas aportadas por las partes. No obstante, tras la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación surgió la interrogante respecto de si la normativa tradicional marcaría es suficiente, por sí sola, para garantizar la resolución eficaz de conflictos derivados por la identidad o similitud de signos de diferente naturaleza y funciones que, sin embargo, coinciden habitualmente en el tráfico económico, analógico y digital, por la utilización que de los mismos hacen sus respectivos titulares.

Desde una perspectiva de mayor uniformidad de criterios que tutelen la protección de cada uno de los signos involucrados, el propósito de esta investigación doctoral ha sido el de realizar un estudio de las normativas aplicables, tanto las nacionales y de la Unión Europea, como de la Política URDP de la ICANN, para indagar y proponer una mejor armonización de las normas aplicables a conflictos derivados de controversias de signos distintivos dispares en origen pero que coinciden en su utilización “*de iure*” o “*de facto*” como identificadores de productos, servicios o empresas y profesionales en el mercado.

La investigación se ha desarrollado en torno a los conflictos derivados por signos utilizados entre nacionales, o por nacionales y extranjeros en territorio español o de la Unión Europea. En cuanto al nombre de dominio, además de los del código del país “.es”, se ha incluido el análisis de los conflictos derivados del dominio “.com” (pese a no ser en territorio español), por considerarlos fundamentales para el análisis de las generalidades de la Política UDRP.

El ámbito temporal está definido desde la Ley de Marcas 32/1988, de 10 de noviembre hasta la Ley de Marcas Ley 17/2001, de 7 diciembre, y la modificación a la misma del Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre. Desde la Directiva de Marcas 1989/104/CEE, de 21 de diciembre hasta la Directiva 2015/2436/UE, de 16 de diciembre de 1988. Además de los Reglamentos de la Marca de la UE, desde el Reglamento (CE) 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993 hasta el Reglamento 2017/1001/UE, de 14 de junio. Incluyendo por tanto fuentes bibliográficas y jurisprudenciales de distintas épocas, pero coincidentes en lo sustancial, salvo en la parte disruptiva en el análisis conflictual provocado por la aparición de Internet y del mercado digital. La selección de resoluciones del Centro de Arbitraje y Meditación de la OMPI, se realizó a partir del año 2000, un año después de la expedición de la Política UDRP.

El trabajo se ha desarrollado a partir de una amplia investigación documental, siguiendo los principios propios del método dogmático y analítico, por lo que el objeto de investigación son las normas jurídicas, los principios generales del derecho, la interpretación y su aplicación judicial, todo ello a partir del método de la atenta observación de la realidad propio de la doctrina mercantilista y con el ánimo de una revisión crítica de los conceptos y reglas aplicables a la luz de la evolución de las prácticas y conductas del mercado, cada vez más complejas con motivo de la pujanza imparable del mercado digital global.

Bajo estrategias del método inductivo, partiendo de la observación de la realidad, en específico de casos particulares derivados de la concurrencia de signos de naturaleza diferente y registrados por distintos titulares, se ha procurado organizar el panorama conflictual interrelacionando estos hechos con la normativa aplicable. Posteriormente, invirtiendo la pirámide para la utilización de argumentos bajo la estructura del método deductivo en el análisis y consecuencias de la aplicación de las normas a la casuística de asuntos de conflicto de intereses por concurrencia de

denominaciones, se ha intentado ofrecer reflexiones para una mejor reorganización de los sistemas de registro de los diferentes signos a fin de prevenir los conflictos y, donde no fuera posible, criterios para una solución ordenada y establece de los diferentes tipos de conflictos, tanto desde la perspectiva judicial como extrajudicial (en el caso de los nombres de dominio).

Con la finalidad de integrar los objetivos planteados en la investigación, la investigación se estructuró en cuatro capítulos, los cuales corresponden al planteamiento del uso de los diferentes signos distintivos en el ámbito comercial, los conflictos originados en sede registral, los conflictos judiciales, y los derivados del registro y uso del nombre de dominio.

Consecuentemente, el inicio de la investigación está destinada a la explicación de los diferentes signos, tal como se establece en el **capítulo I (Naturaleza, función y normativa de la marca denominativa, el nombre civil, la denominación social y el nombre de dominio)**, que plantea las generalidades de los signos, tales como su normativa, estructura y registro de los mismos. Además de los principios bajo los cuales se rige el registro y uso de la marca y el nombre comercial, tales como el de territorialidad y especialidad, y sus excepciones. Así como las funciones que cumplen, destacando su importancia patrimonial.

Una vez identificada y evidenciada la diversidad de reglas aplicables a los signos en estudio, en el **capítulo II (Conflictos originados en las diferentes sedes registrales)** se exponen y examinan los requisitos registrales de cada signo, y, por supuesto, muy especialmente las prohibiciones relativas de registro de marcas y nombres comerciales, que sirven para prevenir conflictos con signos anteriores de otra naturaleza, como el nombre civil o la denominación de personas jurídicas. Finalmente, se indaga en la armonización futura de las sedes registrales para evitar la duplicidad de denominaciones en signos distintivos de distinta naturaleza y funciones que, sin

embargo, pueden coincidir por el uso que hagan de los mismos sus titulares en el mercado

A pesar de las prohibiciones relativas de registro, es posible encontrar problemáticas derivadas del uso de signos registrados con una misma denominación pero diferentes titulares. Así como la concurrencia en el uso de signos registrados frente a otros no registrados confundibles. En consecuencia, el **capítulo III** (**Conflictos judiciales por coincidencia de signos de diferente naturaleza**) estudia, en una primera parte, los criterios de los tribunales ante las controversias derivadas por dos signos de diferente naturaleza; y en una segunda parte, se examinan los casos de conflictos por la coincidencia de la denominación de tres o más signos de diferente naturaleza. En ambos casos, se identificaron las principales líneas jurisprudenciales y los factores para la determinación de las mismas.

Además de los conflictos en sedes registrales y judiciales, existen los que se resuelven bajo el procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos de nombres de dominio, por tal motivo, se dedicó el **capítulo IV** (**Conflictos de resolución extrajudicial**) al estudio de la Política UDRP y los casos resueltos bajo esta norma, destacando las peculiaridades del sistema, así como las diferencias respecto del derecho de marca, finalizando con un examen de la posible responsabilidad de los registradores del nombre de dominio.

En las **conclusiones** se exponen los temas más importantes de la tesis, teniendo como hilo conductor las principales problemáticas, así como la correlación de las normativas implicadas y las sentencias analizadas.

La **bibliografía** está compuesta por las fuentes citadas en el desarrollo de la investigación. Igualmente se incluye un listado de sentencias y resoluciones de expertos de la OMPI, también citadas en la tesis.

CONCLUSIONES

I

Aunque desde el punto de vista legal el uso de signos distintivos en el mercado económico no es un requisito *sine qua non*, sí lo es desde el punto de vista práctico para poder competir en el mismo. Los actores comerciales deben tener signos identificadores inequívocos para que los consumidores puedan identificar y acceder a sus productos y servicios, de forma certera y fácil, ya que el signo es la herramienta idónea mediante la cual cualquier persona física o jurídica puede darse a conocer en un determinado entorno concurrencial.

En relación al uso de cualquier tipo de signo, indiferentemente de cuál sea su naturaleza y función, la regla general establece que la denominación elegida como signo distintivo debe ser inscrita en su Registro antes de proceder a su utilización. El registro tiene la finalidad de evitar concurrencia de signos con denominaciones idénticas o similares anteriores, evitando así confusiones. Ello es así tanto en el ámbito de los signos del tráfico económico (registros de la propiedad industrial), como en el de la identificación de personas físicas y jurídicas (registro civil y mercantil), como en el del uso de nombres de dominio de Internet (registradores delegados de la ICANN o de registros nacionales como Red.es).

El Derecho de marca, a través de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, regula los signos clásicos del mercado, la marca y el nombre comercial, así como el extinto rótulo de establecimiento, estableciendo reglas para su registro y protección. La marca, es el principal signo diferenciador en el comercio, fue diseñado expresamente para distinguir productos y servicios, respecto de otros. En consecuencia, es el más utilizado y el más protegido por el Derecho de la propiedad industrial. Las principales funciones de la marca son la función indicadora del origen empresarial, la indicadora de la calidad, la condensadora del eventual *good will* o reputación, la publicitaria y la de inversión, así que la marca ha cobrado una gran importancia patrimonial como activo de la empresa y como elemento procompetitivo en el mercado.

Con las funciones mencionadas, es fácil deducir que el uso de la marca es un método muy eficaz para crear un nexo psicológico ente el empresario o profesional y los consumidores, o entre el artista y el público, los deportistas y seguidores, etc. Este nexo psicológico tiene una fuerte influencia en la capacidad de elección en el consumidor o público al que se dirige el signo. Una vez que se fideliza al consumidor, éste elegirá de forma inmediata los productos o servicios de su preferencia, incluso los nuevos productos, aún sin conocerlos. Los empresarios y profesionales son conscientes de ello, y es por este motivo que invierten económicamente en la elección de la denominación del signo que quieren utilizar como distintivo de su persona u organización, de sus actividades, sus productos o sus servicios, su diseño, los medios publicitarios, etc.; de esta forma, el signo se convierte en un elemento importante de su activo intangible, siendo la marca el signo de principal referencia ante la posibilidad de que cualquier otro signo de derecho o de hecho acabe utilizándose en el mercado para distinguir productos o servicios de forma directa o indirecta.

La regulación de la marca establece principios que determinan su protección de la marca ante otros signos con denominaciones idénticas o similares, desde la prevención (registro) y desde la represión (derecho exclusivo de marca) ya que es fácil darse cuenta que en un mismo espacio geográfico, una misma denominación puede concurrir y utilizarse como marca por personas que no tienen conexión personal ni comercial. La concurrencia puede ser de forma intencionada o meramente casual. Es por tal motivo, que el Derecho de marca, se rige por el principio de inscripción registral, y el de especialidad. Dichos principios, tienen la finalidad de evitar riesgos de asociación o confusión entre marcas. El renombre de la marca o nombre comercial es la excepción al principio de especialidad, debido a que es una protección reforzada que protege más allá de los límites de la especialidad.

La marca denominativa es el signo principal, el signo por excelencia, y en torno al cual se dan los conflictos con signos de otra naturaleza y funciones, como los nombres civiles, denominaciones y nombres de dominio. Es un signo que por estar compuesta por palabras, es fácilmente confundible con otro tipo de signos o identificadores, también compuestos por palabras, como es el caso del nombre comercial, que distingue empresas, del nombre civil, que identifica a personas físicas,

de la denominación social, identificadora de personas jurídicas; y del nombre de dominio, un identificador técnico necesario en internet. Además del seudónimo, mediante el cual, también es posible identificar a personas físicas, como artistas, deportistas, etc. De los signos mencionados, los únicos que son propios del Derecho de marca, es la marca y el nombre comercial. Sin embargo, el resto de signos también tienen una potencialidad distintiva, y en ocasiones, son utilizados como marcas de hecho, sin perjuicio de que puedan llegar a registrarse como marcas para convertirse en marcas “*de iure*”.

II

El nombre civil, la denominación social y el nombre de dominio, también pueden actuar como diferenciadores en el ámbito del comercio, a pesar de no ser signos que tengan en origen la finalidad de distinguir productos o servicios. Son signos de naturaleza diferente, y en principio, ajenos al Derecho de marca. Cada signo tiene una sede registral independiente del resto, con una normativa y estructura específica. Lo cual genera un panorama complejo para la prevención de concurrencia de signos en los diferentes ámbitos, como el comercial, el cultural, el artístico, etc. Esta situación no ha sido ajena al Derecho, lo cual se refleja en las distintas modificaciones realizadas con el paso del tiempo a los ordenamientos jurídicos implicados, tratando de regular una convivencia armónica de los signos, desde la prevención en los diferentes organismos registrales. El uso del nombre civil por un tercero no autorizado, para fines publicitarios o comerciales, está definido como intromisión ilegítima en el artículo 7 de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, para la protección de la intimidad, el honor y la propia imagen.

Los signos mencionados, aun cuando no sean en rigor distintivos de empresa, han ido adquiriendo importancia en el ámbito mercantil debido a que han sido utilizados por sus titulares como medios para publicitar productos o servicios, propios o de terceros (como en el caso de la utilización de la imagen de personas famosas para identificar productos o servicios en el ámbito publicitario). Una consecuencia muy importante es que estos signos también están teniendo una fuerte importancia

patrimonial para sus titulares, y de forma directa o indirecta, pueden producir un detrimento económico de los titulares de signos coincidentes o similares. La concurrencia de signos de diferente naturaleza pero igual o similar denominación genera una situación compleja, que sigue siendo un reto al momento de resolver casos de conflictos de signos distintivos de diferente naturaleza.

Una forma de establecer reglas que permitan una concurrencia armónica de los diferentes signos identificadores, ha sido establecer una correlación de las prohibiciones relativas de registro. En las oficinas de marca, respecto de derechos anteriores protegidos por el artículo 9 LM. En relación a las denominaciones sociales, la disposición adicional decimocuarta LM impone el deber al registrador de negar el otorgamiento de registro de una persona jurídica coincidente, o que pueda causar confusión, ya sea con marcas o con nombres comerciales renombrados. Y finalmente, también hay reglas prohibitivas de registro de derechos anteriores en el Plan Nacional de nombres de dominio de Internet bajo el código de país correspondiente a España (.es), que deben cumplir los registradores autorizados de nombres de dominio.

III

Dentro de los factores a analizar en el registro de los diferentes signos mencionados, se encuentran el principio de inscripción registral, el de especialidad, y de territorialidad. La protección al renombre es una excepción al principio de especialidad, toda vez que se amplía el grado de restricción a la existencia de otros signos idénticos y similares, pese a no pertenecer al mismo ámbito comercial en sentido estricto, a través de las prohibiciones relativas de registro. La restricción estará orientada a evitar, la identidad o similitud que pudiera originar riesgo confusión o asociación, respecto de otro signo previamente registrado, o de otro no registrado pero que es una marca notoriamente conocida o renombrada. Las restricciones de registro se han establecido tanto para evitar la coincidencia en la denominación de signos entre las mismas categorías, como para evitar esta coincidencia entre marcas o nombres comerciales, respecto de los términos utilizados o que, por su fama, se pueden llegar a

utilizar como marcas de hecho cuando se tratan de nombres civiles o seudónimos, denominaciones sociales o nombres de dominio.

Los signos que se utilizan como marca de hecho pueden alcanzar un alto reconocimiento por el público, incluso pueden llegar a ser marca no registrada pero notoriamente conocidas y ocasionar confusión o asociación con otros signos propios del mercado. Tomando en consideración que una marca de hecho puede estar compuesta por un nombre civil, seudónimo, título nobiliario o denominación social, entre otros, las posibilidades de coincidir con un signo marcario son muy amplias, ocasionando en muchos casos disputa por esta concurrencia de signos.

La estructura y denominación, tanto de la marca como del nombre comercial, son libres, siempre y cuando no contravenga las prohibiciones absolutas del artículo 5 LM, y las relativas de los artículos 6, 7, 8 y 9 LM. El nombre civil está compuesto por el nombre propio y los apellidos, los cuales siguen las reglas de artículo 109 CC., y por los artículos 192 a 204 RRC. El seudónimo está reconocido por el artículo 6.2 TRLPI. El título nobiliario es hereditario, y no se puede modificar a gusto de la persona, aunque es una figura que no siempre identifica a una persona en específico. Además, está contemplado en la prohibición relativa del artículo 9.1.b), el registro de un seudónimo por parte de un tercero que no tenga la autorización correspondiente. En definitiva, la importancia del nombre ha traspasado el ámbito civil para adentrarse en otros ordenamientos, tales como los correspondientes al Derecho de marca, o el de Competencia desleal.

Respecto a las personas jurídicas, la estructura de la denominación social estará conformada según lo estipulado en los artículos 177, y 398 a 408 RRM. Y finalmente, el nombre de dominio, deberá cumplir con las disposiciones aplicables al tipo de nombre de dominio solicitado. La ICANN, la entidad reguladora de los nombres de dominio, es un organismo estadounidense privado. En el caso de los dominios “.es”, de segundo y tercer nivel, son administrados por la entidad pública Red.es, y el registro deberá hacerse conforme lo dispuesto en las diferentes disposiciones del Plan Nacional de nombre de dominio de internet bajo el código de país correspondiente a España “.es”.

IV

Los elementos a estudiar en la solicitud de registro de marcas se refieren tanto a la forma como al fondo. Las prohibiciones relativas de registro tienen como finalidad establecer reglas que deban cumplir los signos a registrar, para evitar coincidencia en las denominaciones elegidas. Sin embargo, a pesar de las restricciones registrales de los diferentes signos, en ocasiones estas medidas son insuficientes para evitar el registro y/o uso de signos idénticos o similares. La problemática aumenta cuando en un mismo ámbito se usan signos de diferente naturaleza pero que coinciden en tener una denominación igual, o muy parecida, sin que sean del mismo titular. La situación, es aún más compleja por las ventajas tecnológicas propias del nombre de dominio.

Lo anterior es consecuencia de que el nombre de dominio es un identificador al cual se puede acceder con cualquier dispositivo electrónico con conexión a internet, desde cualquier punto del planeta que tengo acceso a la red. Además, económicamente es muy accesible, lo cual ha originado un importante incremento de registros de nombres de dominio, tanto genéricos como territoriales, que puede coincidir con cualesquiera otros signos (marcas, nombres comerciales, nombres civiles y seudónimos o nombres artísticos o profesionales, denominaciones de personas jurídicas, títulos de obras...) registrados y/o utilizados en cualquier país del mundo. Estas características coadyuvan a que el nombre de dominio sea un identificador difícil de controlar, y por ende, se ocasionen conflictos derivados de la ciberocupación. Si ya era compleja la armonización en los sistemas de registro de los signos convencionales, establecer una estructura de prevención de conflictos por coincidencia de signos distintivos con los nombres de dominio, supera la dificultad respecto de cualquier otro signo. El registro del nombre de dominio se rige por reglas específicas que nuevamente contrarían las generalidades de registro de otros signos. La solicitud se hace de forma telemática, y en ese momento un programa electrónico garantiza la inexistencia de dominios idénticos, más no existe un filtro para dominios similares, ni, mucho menos con otros signos. Este registro se rige por la regla *first come first served*, características que dificultan la cultura de la prevención de concurrencia en las denominaciones de los diferentes signos.

V

La parte afectada puede acudir a los tribunales correspondientes para demandar el cese del uso del signo que contraviene los derechos de su registro de marca. En el caso de que el signo en disputa sea un nombre de dominio, además de la vía judicial, existe el procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos derivados de nombres de dominio. Ambas vías tienen características, ventajas o desventajas, diferentes. La vía judicial es la idónea en el caso de infracción a los Derechos de marca, además, la parte demandante puede también reclamar indemnización a la parte demandada. La desventaja es la duración del juicio, tomando en cuenta las diferentes instancias a las que se puede recurrir. Por otra parte, el procedimiento de la Política UDRP es muy rápido, económico, y es resuelto por especialistas en nombres de dominio, pero se constriñe a la recuperación del nombre de dominio, sin poder reclamar indemnización por los derechos infringidos. No obstante, tratándose de nombres de dominio, es la vía idónea por la rapidez del procedimiento.

En el caso de la vía judicial existen diferentes criterios jurisprudenciales respecto de la solución de conflictos por concurrencia de signos en el tráfico económico. Las líneas jurisprudenciales se pueden clasificar tomando en consideración la naturaleza de los signos confrontados; tratándose de marcas y denominaciones sociales se identifican dos criterios. El primero determina que la denominación social es siempre violatoria de la marca y la consecuencia será que se ordene el cambio de denominación social. Por lo contrario, el segundo criterio, reconoce que la denominación social no siempre es violatoria de la marca, sino solamente en aquellos casos en los que funge como identificador la empresa. Por lo tanto, la modificación de la denominación social se ordenará solamente en aquellos casos en los que se haya utilizado como marca de hecho o nombre comercial. En los casos en los que la denominación social no sea utilizada como signo distintivo, ésta puede convivir armónicamente con marcas o nombres comerciales coincidentes, al operar en ámbitos muy diferentes.

En las disputas ocasionadas por signos concurrentes con nombres civiles, se deberá analizar si el nombre civil está registrado como marca, así como el riesgo de confusión o asociación, etc., o si se usa a modo de marca y puede llegar a protegerse

como marca renombrada. En el caso de que el nombre de la persona no esté registrado como marca, la parte interesada deberá comprobar su uso como marca de hecho, y si es altamente conocida por el público. Respecto del título nobiliario o seudónimo, estos signos no otorgan en sí mismos el derecho de exclusividad de la denominación que lo integren, sino que, sólo se protegen en aquellos casos en los que se usa como marca de hecho por una persona de reconocido prestigio en el ámbito en el que se desarrollan sus actividades.

De forma similar sucede en aquellos casos en los que además de otros signos, confluye con el nombre de dominio, en cuyo caso se deberá probar los derechos a los cuales se vincula, debido a que el nombre de dominio no tiene una función distintiva en sí, sino que esta función está íntimamente relacionada con el prestigio que pueda tener la denominación alusiva. Este criterio se aplica incluso cuando existen diferentes dominios registrados con una misma denominación, si en contraposición hay un solo signo registrado o de renombre, se resolverá a favor de la parte que acredite derechos anteriores.

VI

El renombre del signo es uno de los factores determinantes en la resolución de este tipo de controversias, tal como lo establece los artículos 8 y 34.3 LM 2001, pues las marcas o nombres comerciales que sean renombrados tienen una protección ampliada, la cual debe probarse mediante la acreditación del conocimiento en general del público al cual se dirige. Los criterios que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha considerado para probar el conocimiento del público en general, son la cuota de mercado, la intensidad, la extensión geográfica, la duración del uso, y la inversión en publicidad.

Igual de importante es el riesgo de confusión, que incluye el de asociación por ser considerado como parte del riesgo de confusión, por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. El concepto de riesgo de confusión está íntimamente ligado a la identidad o similitud del signo, así como del concepto de consumidor medianamente

informado. Respecto del riesgo de confusión, la identidad es tal cual, la igualdad exacta de las denominaciones en concurrencia, mientras que la similitud, se analiza en conjunto, es decir, el aspecto de la escritura y, el fonético y el conceptual. Así que, los signos pueden convivir en aquellos casos en los que la coincidencia se da con otro signo que no tiene la calidad de renombrado. En cuanto al concepto de consumidor medianamente informado, también puede ocasionar dificultad al definir a qué se refiere, finalmente se ha optado por referirse a un consumidor medio, cuando en un ámbito, es obvio que se debe tener esa información.

VII

Cuando los conflictos se derivan de coincidencias en las denominaciones de signos distintivos con nombres de dominio, además de la vía judicial, está la opción de la vía extrajudicial de solución de conflictos. Esta opción es para reclamar la recuperación de dominio cuando se tienen derechos anteriores, ya sea por una marca registrada, o por marca de hecho. Esto es debido a que el nombre de dominio no tiene una fuerza distintiva por sí mismo, cuando adquiere esta característica, es en consecuencia de la denominación a la que está vinculada.

Con la finalidad de tener un mecanismo que solucionara los problemas ocasionados por la ciberocupación, la ICANN reguló un procedimiento mediante la Política UDRP. De forma posterior, España emitió el Reglamento del procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos para nombres de dominio bajo el código del país correspondiente a España “.es”. Tal como se observa, la Política UDRP fue emitida por la ICANN, un organismo privado que reguló el mencionado procedimiento extrajudicial, con la participación exclusiva de proveedores de servicios de resolución de conflictos, también privados.

En el caso de conflictos de nombres de dominio con el código de país “.es”, los cuatro proveedores autorizados son, la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación

de España, y el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI. En el procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos es obligatorio para las partes, la sumisión al procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos. Al momento del registro del nombre de dominio, se acepta la obligatoriedad de este procedimiento.

Las resoluciones son emitidas por Expertos (panelistas) propuestos por las partes, de un listado proporcionado por el proveedor de servicios. Lo cual puede ser el medio idóneo para que las partes propongan expertos que en el pasado, han emitido criterios favorecedores a las circunstancias de su caso actual. Otro aspecto a revisar, es que a pesar de que los registradores son organismos privados, y tienen la responsabilidad de establecer mecanismos que eviten la ciberocupación, están exentos de responsabilidades por la infracción a derechos anteriores, salvo en los casos en los casos de infracción dolosa o culposa. Contrario al deslinde de responsabilidad de los registradores, el solicitante asume la responsabilidad de no infringir derechos anteriores.

La Política UDRP será aplicable a los casos en los que se compruebe que se integran los tres requerimientos establecidos para tal fin, los cuales son que el nombre de dominio sea idéntico o similar, pudiendo causar confusión con una marca de la que el demandante sea titular. El segundo requerimiento consiste en que la parte demandante no tenga derechos o intereses legítimos respecto del dominio en disputa, y finalmente que el dominio haya sido registrado y se utilice de mala fe.

VIII

La identidad o similitud entre signos se ha determinado con base en criterios que únicamente analizan la denominación del dominio de la marca, adaptando la comparación a las reglas de estructura del nombre de dominio, es decir, sin importar que no se utilicen letras mayúsculas ni espacios entre palabras, así mismo tampoco se toma en cuenta el dominio de primer o segundo nivel que lo conforma. Por lo que respecta al concepto de marca de productos o servicios del demandante, ha sido interpretado en forma amplia, e incluye la marca de hecho. De esta manera, se han visto favorecidas personas de prestigio internacional que no tenían una marca

registrada, pero que eran ampliamente conocidas en el ámbito artístico, del deporte, la cultura, la moda, etc.

El segundo requisito establece que la parte demandada no debe tener derechos o intereses legítimos del dominio en cuestión. La carga de la prueba la tiene la parte demandada, lo cual es complejo demostrarlo, tomando en consideración que es una prueba negativa, motivo por el cual, se ha optado por argumentar la inexistencia de circunstancias que acrediten dichos derechos o intereses legítimos.

En cuanto al último requerimiento, el registro y/o uso de la mala fe, se ha vinculado al renombre del signo anterior al nombre de dominio, y no tan sólo en referencia a la marca o al nombre comercial, sino también a la denominación social, nombre completo o apellidos de la persona física, o incluso el apodo, siempre y cuando se usen como marca de hecho y cumpla con la categoría de notorio, además de analizar el contenido de la página web alojada en el dominio en disputa, verificando que sus contenidos estén relacionados o no con actividades de quien lo haya registrado, siendo común encontrar sitios webs vacíos, con información relacionado con pornografía, o de promoción y venta de productos relacionados con la marca afectada.

La protección de los signos con incidencia en el mercado no es exclusiva del Derecho de marca, pues se ha extendido a otras áreas jurídicas como la competencia desleal o -indirectamente- a la referente a los nombres de dominio, por ejemplo; las cuales, aun cuando no son propias del Derecho de marca, tienen puntos de conexión en tanto a signos distintivos se refiere, y por tal motivo, existe una protección indirecta de los signos que fungen como marcas de hecho respecto del uso no autorizado por terceros en el ámbito del comercio, así como del uso de signos en situaciones que pueden suponer una alteración del orden concurrencial en detrimento de los intereses de consumidores. La Ley de Competencia Desleal, además de la cláusula general de comportamiento contrario a la buena fe (artículo 4 LCD), establece el riesgo de confusión (artículo 6 LCD) el aprovechamiento indebido de la reputación ajena (artículo 12 LCD). Esto es muy importante para aquellos casos de concurrencia de signos, en los que no exista como tal violación de derecho de marca, pero que sí haya un detrimento para la parte afectada, como sucede cuando se utilizan en el tráfico signos idénticos o confundibles con nombres civiles o denominaciones de personas

jurídicas que, de hecho, se usan también como marcas o nombres comerciales, pero no que no tienen acceso a la tutela del Derecho de marcas al no estar registrados como marcas o nombres comerciales ni tener la consideración de signos renombrados.

De tal forma, la competencia desleal realiza una función de complementariedad del Derecho de marcas para proteger a marcas de hecho en el tráfico, apreciándose también en la interpretación de los requisitos de la política UDRP.

Tal como es evidente, la Política UDRP ha sido un método rápido y económico para recuperar un dominio que ha sido usurpado, el cual se ha ido mejorando con el tiempo, y ha funcionado hasta el momento. Por otra parte, las acciones judiciales que se pueden interponer por violación de derechos de marca, también han sido un importante recurso para recuperar el uso exclusivo de la marca en sentido amplio, es decir, registrada o de hecho, así como reclamar la indemnización a la que se tenga derecho. Sin embargo, es muy importante continuar con los trabajos de armonización de los diferentes organismos registrales, con la finalidad de perfeccionar la coordinación entre ellos, así como en los criterios valorativos de marcas y panelistas de políticas extrajudiciales de solución de conflictos provocados por el registro y/o uso de nombres de dominio. Es necesario aprovechar los avances tecnológicos para el logro de esta organización, basada en la prevención de violación de derechos anteriores en el registro de los diferentes signos distintivos del mercado económico.

Evidentemente, es un trabajo arduo, no tan sólo a nivel legislativo, sino en referencia a la interrelación de organismos públicos y privados, que independientemente de su naturaleza, deberán encontrar una forma de organización, prevención y estructuración, desde la perspectiva de la protección de los titulares de legítimos derechos, la garantía al consumidor de elegir desde la libertad, y por ende, el equilibrio del mercado, como consecuencia de la prevención de identidad o similitud de las denominaciones de signos.

BIBLIOGRAFÍA

- ABEL, SALLY M., *Trademark Issues in Cyberspace: The Brave New Frontier*, Fenwick & West LLP, San Francisco, 1998, disponible en https://assets.fenwick.com/legacy/FenwickDocuments/Trademark_in_Cyberspace.pdf.
- AA. VV. (dir. DURÁN HERRERA, J. J.), *Las marcas renombradas españolas: un activo estratégico para la internacionalización de España*, Mc-Graw Hill Interamericana de España, Madrid y AMRE, Asociación de Marcas Renombradas Españolas, 2002.
- AGUSTINOY GUILAYN, A., *Nombres de dominio, Normativa internacional, comunitaria y española comentada*, Bosch, Barcelona, 2008.
- «¿De qué hablamos cuando hablamos de los nombres de dominio?» *RdNT*, 7/2005, pp. 29-39.
- *Régimen jurídico de los nombres de dominio, estudio práctico sobre sus principales aspectos técnicos y legales*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2002.
- ALBÁCAR LÓPEZ, J.L., «Tratamiento jurisprudencial de la marca notoria», *Diario La Ley*, 3/1999, disponible en <http://diariolaley.laley.es/>.
- ALONSO ESPINOSA, J. F., «Las prohibiciones de registro en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas», en *RDM* 245/2002, pp. 1185-1231.
- ALONSO ESPINOSA, J. F., y LÁZARO SÁNCHEZ, E. J., «El nuevo derecho de marcas (ley 17/2001, de 7 de diciembre)», *Anales de Derecho*, Universidad de Murcia, núm. 20, 2002, pp. 165-206.
- ALFONSO SÁNCHEZ, R., «¿Queda “tiempo” para sociedades no inscritas? Constitución telemática de sociedades de capital», *RdS* 39/2012, 2012, pp. 305-314.
- ALONSO SOTO, R. J., «La protección de la imagen de marca y el derecho de la competencia», en AA. VV., (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.) *Problemas*

actuales de derecho de la propiedad industrial, VI y VII Jornadas de Barcelona de Derecho de la Propiedad Industrial, Tecnos, España, 2017, pp. 19-34.

ÁLVAREZ VEGA, M. I., «La marca de garantía como signo de reputación y garante de la demanda cautiva», *RDM* 30/2013, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

AMÉRIGO, J. L., «El mero registro del nombre de dominio no puede concebirse como un acto infractor de la marca ajena», *Diario La Ley*, 8330/2014, disponible en <http://diariolaley.laley.es/>.

AP News, Reston, Virginia, 27 de agosto de 2020, disponible en <https://apnews.com/press-release/business-wire/19da4755e8084ce68756bc1efb86bf88>.

ARCUDIA HERNÁNDEZ, C. E., «La determinación del riesgo de confusión de marcas», http://epikeia.leon.uia.mx/old/numeros/10/epikeia10-riesgo_de_confusion.pdf.

AREÁN LALÍN, M., «Tres apuntes sobre la notoriedad y el prestigio de las marcas», en AA. VV., *Estudios de Derecho mercantil en homenaje al profesor Manuel Broseta Pont*, vol. 1, Tirant lo Blanch, Valencia, 1995, pp. 175-190.

---- «La protección de la marca registrada frente a una denominación social confundible. Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo (Sala Primera) de 16 de julio de 1985, caso “Domestos”», en *ADI* 12/1987-1988, pp. 197- 216.

---- «En torno a la función publicitaria de la marca», *ADI* 8/1982, pp. 57-83.

ARIAS POU, M., «Los nombres de dominio como identificadores comerciales», *Manual práctico de comercio electrónico*, La Ley, Madrid, 2006, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.

---- «Resolución de conflictos en materia de nombres de dominio», *RCE*, 76/2006, pp. 3-41.

---- «La importancia de la elección de un nombre de dominio», *Diario la Ley* 6550/2006, disponible en <http://diariolaley.laley.es/>.

- ASENSI MERÁS, A., «Conflictos entre los signos distintivos y los nombres de dominio «.es» en Internet» *Derecho de los Negocios*, 247/2011, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA DIGITAL, Informe de Economía Digital en España, 2020, p. 15, disponible en <https://www.adigital.org/economia-digital-en-espana/>.
- ASTORQUI, A., «Nombre propio y Registro civil», *RGD*, 289-290/1968, pp. 941-944.
- ÁVILA, A., «Sentencia de 27 de mayo de 2004 (RJ 2004, 4413)», *CCJC* 67/2005, pp. 339-359.
- ÁVILA DE LA TORRE, A., «La caducidad por tolerancia», *RDM* 281/2011, Civitas, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- BARBERO CHECA, J. L., «Artículo 9. Otros derechos anteriores», en AA. VV. (coord. GONZÁLEZ BUENO, C.), *Comentarios a la ley y al reglamento de marcas*, Thomson Civitas, Madrid, 2003 pp. 203-222.
- BARDALES MENDOZA, E., «Conflicto entre los Nombres de Dominio en Internet y los Derechos sobre Marcas», *Derecho y sociedad* núm. 13, 1998, pp. 162-169, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7792396>.
- «La distintividad como objeto de derecho: reflexiones sobre el conflicto entre nombres de dominio y signos distintivos», *Themis Revista de Derecho*, 44/2002, pp. 225-235.
- BARONA VILAR, S., *Nociones y principios de las ADR (solución extrajudicial de conflictos)*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2018.
- BARRERO RODRÍGUEZ, E., «Algunos aspectos de la reforma del Derecho español de los signos distintivos. Consideraciones sobre la Ley 17/2001, de marcas», *RDM* 245/2002, pp. 1425-1460.
- BARRIO ANDRÉS, M., *Ciberderecho: bases estructurales modelos de regulación e instituciones de gobernanza de Internet*, Valencia: Tirant lo Blanch, 2018, disponible en <https://biblioteca.tirant.com/cloudLibrary/ebook/show/9788491693987>.

<https://bibliotecas.usal.es/noticia/biblioteca-virtual-tirant-nuevo-recurso-electronico-suscrito>.

BESNÉ MAÑERO, R., CANEDO ARRILLAGA, J. R., y PÉREZ DE LAS HERAS, B., *La Unión Europea: Historia, instituciones y sistema jurídico*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1998.

BATLLÉ VÁZQUEZ, M., «El Derecho al Nombre», *Revista General de Legislación y Jurisprudencia*, 159/1931, pp. 257-352.

BAZ, M. y DE ELZABURU A., *La protección de las marcas notorias y renombradas en el Derecho Español*, Colex. Madrid, 2004.

BELDA CASANOVA, C., «La intervención notarial en la acreditación y transmisión de los dominios en internet», *Revista Jurídica del Notariado* 40/2001, pp. 259-297.

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., *Apuntes de Derecho mercantil [Derecho mercantil, Derecho de la competencia y Propiedad industrial]*, 19ª ed., Aranzadi, España, 2018, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

---- «Artículo 2 Adquisición del derecho», en (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios a la Ley de Marcas*, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

---- «Artículo 4 Concepto de marca», en AA. VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios a la Ley de Marcas*, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

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

---- «Marca notoria y marca renombrada en el Derecho español», en AA. VV., *Colección de trabajos sobre propiedad industrial en homenaje a Julio Delicado*, AIPPI, Barcelona, 1996, pp. 61-69.

---- «La formación del derecho de la competencia», *ADI* 2/1975, pp. 61-81.

- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y col. DEL BARIO PÉREZ, Á., *Introducción a las marcas y otros signos distintivos en el tráfico económico*, 2ª ed., Thomson Reuters, Navarra, 2021.
- BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, R., «El nombre de las personas», *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, 11/ 2017, disponible <https://proview.thomsonreuters.com/>.
- «El nombre y los apellidos», *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil* 9/2014, 2014, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- «El plazo de prescripción en el derecho de marcas y la reciente doctrina jurisprudencial», *Revista Doctrinal Aranzadi Civil-Mercantil*, 10/2012, p. 2, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- BERENGUER JIMÉNEZ, L., «El arbitraje de la organización mundial de la propiedad intelectual en materia de nombres de dominio», en AA. VV. (coords. FERNÁNDEZ ORDOÑEZ, M. y CREMADES GARCÍA, J., *Régimen jurídico de internet*, Wolters Kluwer, España, 2001, pp., 763-792.
- BERMEJO GUTIÉRREZ, N., La reforma del Reglamento de marca de la Unión Europea: por un sistema europeo de marcas más eficiente, *La Ley Mercantil*, 37/2017, disponible en <https://laleydigital.laley.es>
- BETANCUR, B., «Nombre civil, nombre comercial y marca», *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 34/1961, pp. 3-10, disponible en <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-NombreCivilNombreComercialYMarca-5212329.pdf>.
- BICARREGUI, J. *Registro de nombres de dominio geográficos en proyectos de registro de dominios internacionales*, Dykinson, Madrid, 2002.
- BICKNELL, P., «*Chartered Institute of Patent Attorneys v Registrar of Trade Marks: we have not heard the last of it*», *E.I.P.R.* 10/2012, pp. 715-719.
- BLUM, J. y POLLARD, B., «*Bimbo and composite trade marks: a review of the European approach to assessing confusion*», *E.I.P.R.* 1/2015, pp. 46-50.

- BODAS DAGA, M. E., *La defensa post mortem de los derechos de la personalidad*, Bosch, Barcelona, 2007.
- BONDENHAUSSEN, G.H.C., *Guía para la aplicación del Convenio de París para la protección de la propiedad industrial*, BIRPI, Ginebra, 1969.
- BONET FERRER, J.L., «La empresa y la propiedad industrial en el s. XX», en AA. VV. (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.), *Problemas actuales de Derecho de la propiedad industrial, III Jornada de Barcelona de Derecho de la propiedad industrial*, Aranzadi, Navarra, 2013, pp. 23-29.
- «La importancia de las marcas para la empresa. Criterios de valoración», *Estudios de Derecho Judicial*, 49/2003, pp. 305-326.
- BOTANA AGRA, M., «El reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de marcas», *ADI* 23/2002, pp. 1159-1167.
- «A propósito de las colisiones entre denominaciones sociales y nombres comerciales», *Diario La Ley*, 2/1996, disponible en <http://diariolaley.laley.es/>.
- «Notas sobre la protección del nombre comercial adquirido por mero uso», *ADI* 7, 1981, pp. 225-246.
- «El registro del nombre de un tercero como marca», *ADI* 4/1977, pp. 255-275.
- «La protección del nombre comercial usado pero no registrado frente a la marca confundible posteriormente», *ADI* 3/1976, pp. 305-322.
- BUSTO LAGO, J. M., «La responsabilidad civil de prestaciones de servicios vinculados a internet que no están contemplados expresamente en la LSSICE», en AA. VV. (coords. REGLERO CAMPOS, L. F. y BUSTO LAGO, J. M.), *Tratado de responsabilidad civil*, Aranzadi, 2014, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- CACHÓN BLANCO, J. E., «Relaciones entre signos distintivos de la empresa y las denominaciones sociales», *Actualidad Civil* 4/1992, pp. 829-852.
- CALVO CARAVACA, A. L. y CARRASCOSA GONZÁLEZ, J., «Problemas de extraterritorialidad en la contratación electrónica», en AA. VV. (coord

ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A.), *El comercio electrónico*, Edisofer, Madrid, 2001, pp. 145-217.

CANDELARIO MACÍAS, M. I. y RODRÍGUEZ GRILLO, L. E., «Un modo de entender la marca para enfrentar la crisis empresarial», *ADI* 30/2009-2010, pp. 141-166.

CARBAJO CASCÓN, F., «Introducción al derecho de la competencia (principios, funciones y alcance», en AA. VV. (dir. CARBAJO CASCÓN, F.), *Manual práctico de Derecho de la competencia*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2017, pp. 31-51.

---- «El uso de marcas ajenas como palabras clave en servicios de referenciación en internet (Comentario a las sentencias del Tribunal Supremo de 19 y 26 de febrero de 2016, sobre la marca ‘Masaltos’», *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución* 18/2016, La Ley, disponible en <https://laleydigital.laleynext.es/>.

---- «Nombres de dominio», en AA. VV. (coords. PLAZA PENADES, J.; VÁZQUEZ DE CASTRO, E.; GUILLÉN CATALÁN, R., y CARBAJO CASCÓN, F.), *Derecho y nuevas tecnologías de la información y la comunicación*, Aranzadi, España, 2013, pp. 919-1016.

---- «El caso Google AdWords: sobre la infracción de marcas en la comercialización de palabras clave y puesta a disposición de enlaces patrocinados y la responsabilidad de intermediarios de la sociedad de la información», *Revista de Derecho Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, 5/2011, pp. 1-31.

---- «Nombres de dominio de internet» en AA. VV. (dirs. ORDUÑA, J.; AGUILERA, G.; PLAZA, J. y BALLUGUERA, C.), *Comercio, administración y registros electrónicos*, Civitas - Thomson Reuters, España, 2009, pp. 355-469.

---- «La marca de garantía como instrumento publicitario» en AA.VV. (dir. MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, Á.), *Marca y publicidad comercial. Un enfoque interdisciplinar*, La Ley, Madrid, 2009, pp. 509-558.

---- «Artículo 39 Uso de la marca», en AA. VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios*

a la Ley de Marcas, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

---- «Comentario crítico al Plan nacional de nombre de dominio: los nuevos criterios de asignación de nombres de dominio bajo el código territorial “.es” entre la reforma y el continuismo», *RdNT* 3/2003, pp. 45-66.

---- *Conflictos entre signos distintivos y nombres de dominio en internet*, 2ª ed., Aranzadi, Navarra, 2002.

---- «Localización, identificación y distinción en la red. La problemática entre signos distintivos y nombres de dominio de internet», en AA. VV. (coord. ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A.), *El Comercio Electrónico*, Edisofer, Madrid, 2001, pp. 357-408.

CARLÓN, L., «Contribución al estudio del nombre comercial», *RDM* 93/1964, pp. 7-56.

CASADO CERVIÑO, A., «La marca comunitaria: un sistema de protección regional en un mundo global», *Icade. Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 73/2008, pp. 85-110.

---- «Algunas reflexiones sobre el riesgo de confusión y el riesgo de asociación entre marcas en el derecho español y comunitario», *ADI* 23/2002, pp. 21-41.

---- *Derecho de marcas y protección de los consumidores: el tratamiento del error del consumidor*, Tecnos, Madrid, 2000.

---- *El sistema comunitario de marcas. Normas, jurisprudencia y práctica*, Lex Nova, Valladolid, 2000.

CASADO CERVIÑO, A. y BORREGO CABEZAS, C., «El riesgo de confusión en la jurisprudencia comunitaria», *ADI* 19/1998, pp. 169-194.

CASADO NAVARRO, A., *El nombre comercial*, Marcial Pons, Madrid, 2020.

---- «El mantenimiento del nombre comercial como signo distintivo registrable en el anteproyecto del Código mercantil», en AA. VV. (dirs. TATO PLAZA, A., COSTAS COMESAÑA, J., FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, P. y

- TORRES PÉREZ, F. J.), *Nuevas tendencias en el derecho de la competencia y de la propiedad industrial*, Comares, Granada, 2017, pp. 241-263.
- CASAS VALLÉS, R., «Política uniforme para la resolución de conflictos en materia de nombres de dominio», en AA. VV. (coords. FERNÁNDEZ ORDOÑEZ, M. y CREMADES, J.), *Régimen jurídico de internet*, Wolter Kluwer, España, 2001, pp. 1495-1552.
- CERDÁ ALBERO, F., «Relaciones y colisiones entre signos distintivos prioritarios y denominaciones sociales. En especial, signos nominales y denominaciones subjetivas, reflexiones desde una jurisprudencia reciente», *RGD* 621/1996, pp. 6953-7006.
- CERNADAS LÁZARE, M., *La dilución de la marca de renombre*, Marcial Pons, Madrid, 2019.
- «La protección de la marca de renombre tras la modificación del sistema de marcas de la Unión Europea», en AA. VV. (dirs. TATO PLAZA, A., COSTAS COMESAÑA, J., FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, P. y TORRES PÉREZ, F. J.), *Nuevas tendencias en el derecho de la competencia y de la propiedad industrial*, Comares, Granada, 2017, pp. 265-283.
- «La modificación del sistema de marcas de la Unión Europea breve análisis de las propuestas de modificación del reglamento de marca comunitaria y de la directiva de marcas», *ADI* 34/2013-2014, pp. 311-323.
- CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ, J.L., «Derecho de marcas y competencia desleal», en AA. VV. (coord. GIMENO-BAYÓN COBOS, R.), *Derecho de marcas: estudios sobre la nueva Ley 17/2001, de 7 de diciembre*, Bosch, 2003, pp. 301-318.
- CORBERÁ MARTÍNEZ, J. M., *Los conflictos entre las marcas y las denominaciones sociales: últimos desarrollos en el sistema de marcas de la Unión Europea*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2017.
- «El nombre como límite al Derecho de marca en el nuevo sistema de marcas de la Unión Europea» en AA. VV. (dirs. TATO PLAZA, A., COSTAS COMESAÑA, J., FERNÁNDEZ CARBALLO-CALERO, P. y TORRES PÉREZ, F. J.), *Nuevas*

tendencias en el derecho de la competencia y de la propiedad industrial, Comares, Granada, 2017, pp. 285-311.

---- «La denominación social como límite al derecho de marca. A propósito de la STS de 7 de junio de 2011 (Civil) (RJ 2011, 4393)», *RDM* 282/2011, pp. 341-364.

CORERA IZU, M., «El nombre y los apellidos en la “nueva” ley registral», *Revista Aranzadi Doctrinal* 3/2018, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/>.

COSTAS COMESAÑA, J., Sentencia de 26 de junio de 2003 (RJ 2003, 4265), *CCJC* 63/2003, pp. 1241-1254.

CURTO POLO, M., «Existencia de riesgo de confusión cuando la marca solicitada es idéntica en su parte denominativa a una previamente registrada y se solicita para distinguir productos en el mismo ámbito aplicativo que los servicios distinguidos», *ADI* 34/2013-2014, pp. 584-587.

---- «Artículo 9. Otros derechos anteriores», en AA. VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios a la Ley de Marcas*, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

---- *La cesión de la marca mediante contrato de compraventa*, Aranzadi, Navarra, 2002.

CHAMORRO DOMÍNGUEZ, M. DE LA C., «Las marcas de garantía», *La Ley Mercantil* 65/2020, disponible en <https://laleydigital.laleynext.es/>.

CRUZ RIVERO, D., «La nueva regulación de los nombres de dominio bajo el primer nivel “.es” y la puesta en marcha del primer nivel “.eu.”», *RCE* 63/2005, pp. 3- 37.

DAVARA RODRÍGUEZ, M. A. «Contenido económico de los nombres de dominio en Internet: La ciberocupación», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, 554/2002, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

DAVISON, M., y DI GIANTOMASSO, F., «Use as a trade mark: avoiding confusion when considering dilution», *E.I.P.R.* 9/2009, pp. 443-447.

DE LARRAMENDI, L. H., «Cuestiones novedosas y fronterizas en relación con las marcas y nombres de dominio», en AA. VV., *Estudios sobre propiedad industrial*

e intelectual y Derecho de la competencia: Homenaje a A. Bercovitz, 2ª ed., Grupo Español de la AIPPI, Barcelona, 2005, pp. 629-638.

DE LA FUENTE GARCÍA, E., *El uso de la marca y sus efectos jurídicos*, Marcial Pons, Madrid, 1999.

DE LAS HERAS LORENZO, T. «Factores y criterios de apreciación del riesgo de confusión en el Derecho comunitario de marcas», en AA. VV. *Jornadas de Estudio sobre propiedad industrial e intelectual*, AIPPI, Barcelona, 2006 pp. 87-115.

---- «Artículo 79. Solicitud de extensión territorial a España», en AA. VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios a la Ley de Marcas*, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

DE MIGUEL ASENSIO, P. A., «Comercio electrónico y protección de marcas aspectos internacionales», en AA. VV. (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.) *Problemas actuales de derecho de la propiedad industrial: VIII. Jornada de Barcelona de derecho de la propiedad industrial*, Tecnos, Madrid, 2018, pp. 17-63.

---- *Derecho privado de internet*, 5ª ed., Civitas, Navarra, 2015, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

DI CATALDO, V., *I segni distintivi*, A Giuffré, Milano, 1985.

DÍAZ, C., *La protección de la marca no registrada en España passing off y marca no registrada ¿es posible armonizar?*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2010.

DÍAZ GÓMEZ, M. A. «Nombre de dominio preexistente y acceso al registro mercantil central de denominación social», *RdS* 17/2001, pp. 299-320.

---- «La individualización del empresario social a través de la denominación. Análisis de los requisitos comunes a todas las denominaciones sociales con especial referencia al de novedad o disponibilidad», *RdS* 4/1995, pp. 99-148.

- DREYFUS, N., «*Cybersquatting de noms de domaine: pourquoi et comment les strategies de protection sont-elles amenées à évoluer*» *RDLI* 104/2014, pp. 9-12.
- ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A., «El comercio electrónico entre empresarios», en AA. VV. (coord. ECHEBARRÍA SÁENZ, J. A.,) *El comercio electrónico*, Edisofer, Madrid, 2001, pp. 81-143.
- EGUSQUIZA BALMASEDA, M. A., «Derecho al apellido: tradición, igualdad y ciudadanía europea. (A propósito de la STEDH de 16 de noviembre 2004, asunto Ünal Tekeli)», *Repertorio Aranzadi del Tribunal Constitucional* 11/2005, 2005, pp. 1-17, <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- ECO, H., *Signo*, Labor, Barcelona, 1980.
- ENCABO VERA, M.A., *Derechos de la personalidad*, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, Madrid, 2012.
- ESTEVE SANZ, M., «Principales aspectos de la reforma del sistema marcario español como consecuencia de la transposición de la Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de los Estados miembros en materia de marcas», *La Ley mercantil*, 55/2019, disponible en <https://laleydigital.laleynext.es/>.
- EUIPO, *Domain names—discussion paper Challenges and good practices from registrars and registries to prevent the misuse of domain names for IP infringement activities*, 2001, disponible en https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/2021_Discussion_Paper_on_Domain_Names/2021_Discussion_Paper_on_Domain_Names_FullR_en.pdf.
- FERNÁNDEZ DEL POZO, L., «La prevención registral del riesgo de confusión entre marca renombrada y denominación social. Un examen crítico de la Disposición Adicional Decimocuarta de la Ley de marcas», *Revista de Derecho Mercantil*, 315/2020, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- FERNÁNDEZ DOMÍNGO, J. I., *El nombre de las personas*, Reus, Madrid, 2017.
- FERNÁNDEZ-LASQUETTY QUINTANA, J., «La protección reforzada de la marca notoria ante los diversos riesgos de ilicitud regulados en el artículo 8 de la Ley,

Comentario a la sentencia de la Audiencia Provincial (Sección 28.^a) de Madrid, de 15 de octubre de 2010», en (co redactor HIERO HERNÁNDEZ-MORA, A.) *Anuario Contencioso para Abogados* 2011, La Ley, Madrid, 2011, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.

FERNÁNDEZ LÓPEZ, J.M., «Protección de la propiedad industrial a través de la competencia desleal», *Estudios de Derecho Judicial*, 145/2008, pp. 345-365.

FERNÁNDEZ MASIÁ, E., «La protección internacional de las marcas notorias y renombradas», *REEI* 2/2001, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=826761>.

FERNÁNDEZ-NÓVOA, RODRÍGUEZ C., *Estudios sobre la protección de la marca renombrada*, Marcial Pons, Madrid, 2014.

---- «Las marcas defensivas», en AA.VV. (coord. TOBÍO RIVAS, A. M.), *Estudios de Derecho Mercantil, Libro homenaje al Prof. Dr. Dr. h. c. José Antonio Gómez Segade*, Marcial Pons, Madrid, 2013, pp. 651-654.

---- *Tratado sobre Derecho de Marcas*, 2^a. ed., Marcial Pons, Madrid, 2004.

---- «El nacimiento sobre el derecho de marca en el sistema de la Ley de marcas de 2001» *ADI* 22/2001, pp. 51-56.

---- «El riesgo de asociación», *ADI* 18/1997, pp. 23-38.

---- «La marca notoria y la marca renombrada», en AA. VV., *La importancia de la marca y su protección*, CGPJ Andema, Madrid, 1992, pp. 45-58.

---- «Las funciones de la marca», *ADI* 5/1978, pp. 31-65.

---- «El daño irreparable sufrido por la marca usurpada: medidas para remediarla», *ADI* 5/1978, pp. 351-370.

---- «La aplicación de la regla de especialidad a las marcas idénticas», *ADI* 4, 1978, pp. 237-254.

---- «El relieve jurídico de la notoriedad de la marca», *RDM* 112/1969, pp. 169-208.

FERNÁNDEZ-NÓVOA, C., GARCÍA VIDAL, A., y FRAMIÑAN SANTAS, J., *Jurisprudencia comunitaria sobre marcas (2007) Comentarios, recopilación, y extractos sistematizados*, Comares, Granada, 2009.

FERRANDIS GONZÁLEZ, S., SELAS COLORADO, A. y ABAD REVENGA, J., *Comentarios a la Ley de Marcas*, Difusión Jurídica y temas de actualidad, Barcelona, 2002.

FERNANDO MARGARZO, M. del R., «El arbitraje como medio para la resolución de conflictos entre marcas y nombres de dominio en internet», *Revista de la Corte Española de Arbitraje*, 1999, pp. 47-68.

FIELDS, D., y SHERATON, H., «European Comimission proposes reform of European trade mark system», *E.I.P.R.* 10/2013, pp. 563-566.

FLAQUER, RUITORT, J., «La inmunidad registral en el derecho español», *RDM*, 296/2015, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/>.

---- *El uso obligatorio de la marca registrada*, Aranzadi, Cizur Menor, Navarra, 2012, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/>.

FUENTES DEVESA, R., «La acción de violación de la marca frente al titular de la marca posterior», *Revista Aranzadi Doctrinal* 9/2018, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

GALACHO ABOLAFIO, A. F., «El reconocimiento legal del carácter distintivo de la denominación social en la Ley 17/2001, de marcas: verdad a medias», *ADI* 34/2013-2014, pp. 177-208.

GALÁN CORONA, E., «Artículo 34 Derechos conferidos por la marca», en AA. VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios a la Ley de Marcas*, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

---- «Artículo 37 Limitaciones del derecho de marca», en AA. VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A.), *Comentarios a la Ley de Marcas*, 2ª ed., Thomson Reuters-Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

---- «Algunas cuestiones de la infracción indirecta de la marca» en AA. VV., *Estudios sobre propiedad industrial e intelectual y Derecho de la competencia: Colección*

de trabajos en homenaje a A. Bercovitz Rodríguez-Cano, 2ª ed., Grupo Español de la AIPPI, Barcelona, 2005, pp. 433-450.

---- «En torno a la protección de la marca solicitada (Comentario a las sentencias del TS de 20 de julio y 10 de noviembre de 1999), *ADI* 20/1999, pp. 457-472.

GALLEGO SÁNCHEZ, E., *Derecho Mercantil*, parte primera, Tirant lo Blanch, Valencia, 2017.

GALLEGO SÁNCHEZ, E. y FERNÁNDEZ PÉREZ N., *Derecho de la empresa y del mercado*, 5ª ed., Tirant Lo Blanch, Valencia, 2020, disponible en <https://biblioteca.tirant.com/>.

GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ., «21 de octubre de 1994. Conflicto entre signos distintivos y denominación social por riesgo de confusión», *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil* 38/1995, pp. 503-520.

GARCÍA ESCOBAR, G. A., «Prohibición relativa del artículo 6 de la Ley 17/2001 como causa de anulación parcial del registro de marca», *ADI* 35/2015, pp. 506-510.

GARCÍA DE CORTÁZAR FAJARDO, I., «La mala fe en el procedimiento de la ICANN», *ADI* 28, pp. 233-256.

GARCÍA PÉREZ, R., «Las relaciones entre el derecho de marcas y el derecho contra la competencia desleal en internet», en AA. VV. (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.) *Problemas actuales de derecho de la propiedad industrial: VIII. Jornada de Barcelona de derecho de la propiedad industrial*, Tecnos, Madrid, 2018, pp. 65-113.

GARCÍA VIDAL, Á., «El Tribunal Supremo se pronuncia de nuevo sobre el conflicto entre marcas y denominaciones sociales, con posterioridad a la debatida sentencia *Céline* del Tribunal de Justicia», *ADI* 30/2009-2010, pp. 1103-1105.

---- *El derecho español de los nombres de dominio*, Comares. Granada, 2004.

---- «El *dies a quo* para el cómputo del plazo de prescripción de las acciones por violación del derecho de marca [Anotación a la sentencia del Tribunal Supremo (Sala de lo Civil) de 14 de julio de 2004]]» *ADI* 25/2004-2005, pp. 872-876.

- «La recomendación conjunta de la Unión de París y la OMPI sobre la protección de las marcas y otros derechos de propiedad industrial sobre signos, en internet», *Anuario de Derecho Comercial*, 10/2004, pp. 157-172.
- *Derecho de marcas e internet*, Tirant lo Blanch, Valencia. 2002.
- «El uso de la marca ajena con una finalidad diferente a la distinguir productos o servicios [Comentario a las sentencias de Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 14 de mayo de 2002 (*Michael Hölderhoff y Ulrich Freisleben*); de 12 de noviembre de 2002 (*Arsenal Football Club plc y Mathew Reed*) y de 29 de noviembre de 2002 (*Robelco NV y Robelco Group NV*)]», *ADI* 23/2002, pp. 337-361.
- «La denominación social en la Ley de Marcas de 2001», *ADI* 22/2001, pp. 57-78.
- *El uso descriptivo de la marca ajena*, Marcial Pons, Madrid, 2000.
- «La recomendación conjunta de la Unión de París y la OMPI sobre licencias de marcas», *ADI* 21/2000, pp. 1217-1228.
- «Los primeros pronunciamientos judiciales españoles sobre conflictos entre nombres de dominio y signos distintivos», *ADI* 20/1999, pp. 473-488.
- «Marcas y nombres de dominio en internet», *ADI* 18/1997, pp. 187-213.
- GARCÍA VIDAL, A. y LEMA DEVESA, C., «Problemas de derecho de marca en internet, Informática y derecho», *Revista iberoamericana de derecho informático*, 30-31/1999, pp. 107-118.
- GEY, P. (2001) «*Bad faith under ICANN's uniform dispute resolution policy*», *E.I.P.R.*, 11/2001, pp. 507-520.
- GINER PARREÑO, C. A. y ROBLES MARTÍN-LABORDA, A., «Jurisprudencia comunitaria: derecho de marcas», *Derecho de los Negocios*, 252/2011, p. 2, disponible en <https://laleydigital.laleynext.es/>.
- GOLSTEIN, M., *Diccionario jurídico consultor Magno*, Cadiex Internatinal, Colombia, 2008.

GÓMEZ MONTERO, J., «Competencias de las Comunidades Autónomas en materia de marcas y otros signos distintivos (Comentario a la sentencia del TC de 3 de junio de 1999)», *ADI* 20/1999, pp. 489-510.

---- «La regulación del nombre comercial en el Derecho español», *Revista Jurídica Española*, La Ley, 1/1992, pp. 980-990.

GÓMEZ SÁNCHEZ, D., «La reforma del sistema europeo de marcas: principales modificaciones introducidas por el nuevo Reglamento de Marcas de la Unión Europea», *Comunicaciones en propiedad industrial y derecho de la competencia*, 77/2016, pp. 69-96.

---- «Las normas de determinación del derecho nacional aplicable frente a una infracción de la marca comunitaria: la aplicación del Reglamento Roma-II», *ADI* 31/2010-2011, pp. 179-204.

GÓMEZ SEGADE, J. A., «Resolución de controversias en materia de nombres de dominio a la luz de los criterios utilizados por los panelistas de la OMPI (Especial referencia a las resoluciones dictadas por los expertos españoles)», *ADI* 30/2009-2010, pp. 405-434.

---- *Tecnología y derecho*, Marcial Pons, Madrid, 2001.

---- «Modificación de la Ley de Marcas para introducir normas contra la “ciberocupación”», *ADI* 20/1999, pp. 1622-1623.

---- «Fuerza distintiva y «*secondary meaning*» en el derecho de los signos distintivos», *CDC* 61/1995, pp. 175-200.

GONDRA, J. M., «El nombre comercial», *RdS* 8/1997, pp. 13-48.

GONZÁLEZ BUENO, C., *Marcas notorias y renombradas*, La Ley. Madrid, 2005.

---- *Comentarios a la ley y al reglamento de marcas*, Madrid, 2003.

GONZÁLEZ NAVARRO, B. A., «Nombre comercial no registrado en España: la protección marcaria no se extiende más allá de las acciones de nulidad», *Revista Aranzadi Doctrinal*, 4/2012, pp. 81-88.

GRAGUERA GALLARDO, J., «Las marcas en la red», *Estudios de Derecho Judicial*, 49/2003, pp. 327-346.

- GRIMALDOS GARCÍA, M. I., «La función de la marca como indicador de la calidad del producto o servicio a la luz de los casos Emanuel y Fiorucci», *ADI* 28/2007-2008, pp. 825-844.
- HARRINGTON, C., «Jurisprudencia sobre conflicto entre registración de marca y nombre de dominio: por la misma senda, pero un paso más adelante», *DeCita*, 5-6/2006, pp. 316-322.
- HERNÁNDEZ, J. A., «El alcance geográfico del renombre en las marcas comunitarias: el caso pago», *Comunicaciones en propiedad industrial y derecho de la competencia*, 60/2010, pp. 41-49.
- HORTON, A., «*The implications of L'Oreal v Bellure –A retrospective and looking forward: the essential functions of a trade mark and when is an advantage unfair*», *E.I.P.R.* 9/2011, pp.550-558.
- HUALDE MANZO, T., «De nuevo sobre la filiación de los nacidos mediante gestación contratada», *Revista Doctrinal Civil-Mercantil* 19/, 2012 disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- ICANN, *Beginner's guide to domain names*, disponible en <https://www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf>.
- INTERBRAND, *Best Global Brand*, 2022, disponible en <https://learn.interbrand.com/hubfs/INTERBRAND/Best-Global-Brands-2022-Report.pdf>.
- ÍÑIGUEZ ORTEGA, P., «Aproximación a los signos distintivos prioritarios», *ADI* 33/2012-2013, pp. 113-134.
- «Las colisiones entre las denominaciones sociales y los signos distintivos», *Derecho de los Negocios*, 258/2012, pp. 17-25 disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.
- JACOBS, G., «*Internet-Specific Collisions of Trademarks in the Domain-Name System- An Economic analysis based on U.S. Law*», *IIC*, 2/2006, pp. 156-179.

- JONES, S., «*A child first steps: the first six months of operation- The ICANN dispute Resolution procedure of Bath Faith Registration of domain names*» *E.I.P.R.*, 2/2001, pp. 66-78.
- JOHNSON, P., «*Trade marks without a brand: the proposals on “plain packaging” of Tobacco products*», *E.I.P.R.*, 7/2012, pp. 461-470.
- LACRUZ BERDEJO, J. L., *Elementos de Derecho Civil I, parte general*, vol. II, Dykinson, Madrid, 2010.
- LARGO GIL, R., *Las marcas colectivas y las marcas de garantía*, 2ª ed., Thomsom Civitas, Navarra, 2006.
- LARIO, A. y GIMENO BAYÓN, R., «Aproximación al valor y daño a la marca como activo intangible», *Estudios de Derecho Judicial*, 145/2008, pág. 285-324.
- LASTIRI SANTIAGO, M., «“El dominio electrónico” en el Anteproyecto de Ley del Código Mercantil» en AA. VV (dirs. MORILLAS JARILLO, M. J; PERALES VISCASILLAS, M. del P.; y PORFIRIO CARPIO, L. J.), *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*, Universidad Carlos III de Madrid, 2015, disponible en <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/21083#preview>, (con último acceso el 7 de septiembre de 2021).
- *La comercialización del nombre de dominio, régimen jurídico*, Marcial Pons, Madrid, 2014.
- LEMA DEVESA, C., «La dilución de la marca», en AA. VV. (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.), *Problemas actuales de Derecho de la propiedad industrial, III Jornada de Barcelona de Derecho de la propiedad industrial*, Aranzadi, Navarra, 2013, pp.43-69.
- «Las nuevas perspectivas de notoriedad y renombre de la marca», *Estudios de Derecho Judicial*, 49/2003, pp. 281-304.
- LINACERO DE LA FUENTE, M., *El nombre y los apellidos*, Tecnos, Madrid, 1992.

LOBATO GARCÍA-MIJÁN, M., «Reflexiones sobre el carácter unitario de la Unión Europea», *Comunicaciones en propiedad industrial y derecho de la competencia*, 90/2020, pp. 59-70.

---- «Nombres de dominio y extensión del derecho de marca», *Revista Jurídica Universidad Autónoma De Madrid*, 5/2016, pp. 101-137, disponible en <https://revistas.uam.es/revistajuridica/article/view/6251>, con último acceso el 22 de junio de 2021.

---- *Comentario a la Ley 17/2001, de marcas*, 2ª ed., Thomson Civitas, Pamplona, 2007.

---- «Internet y derecho», en AA. VV. (dir. FERNÁNDEZ LÓPEZ, J. M.), *Diez conferencias magistrales sobre nuevas tecnologías y propiedad industrial*, IDEI, Madrid, 2001, pp. 11-44.

LÓPEZ GÓMEZ, J. A., «En torno a la autorización requerida para el empleo del apellido de un tercero como marca (caso “Picasso”)», (Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo (Sala Tercera) de 18 de junio de 1985», *ADI* 13, 1989-1990, pp. 153-173.

LÓPEZ JIMÉNEZ, D. y CASTILLO GIRÓN, V. M., «En torno al conflicto de los nombres de dominio y otros signos», *Revista de Estudios Económicos*, 24/2012, pp. 183-217.

MAESTRE, J. A., *El derecho al nombre de dominio*, Dominirius.com, 2001.

---- «El nombre de dominio y la insuficiencia de las doctrinas actuales en materia distintiva», *Thémis-Revista de Derecho*, 44/2202, pp. 215-224, disponible en <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/10072/10507>.

MARCO ARCALÁ, L.A., «La defensa de los signos distintivos en las redes sociales: un enfoque jurídico del "brand management"», en AA. VV (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.), *Problemas actuales de derecho de la propiedad industrial: VIII. Jornada de Barcelona de derecho de la propiedad industrial*, Tecnos, Madrid, 2018, pp. 143-210.

---- «Las nuevas aportaciones en la jurisprudencia española en torno al uso de las marcas como palabras clave en los motores de búsqueda de internet {Comentario

a la STS (Sala de lo Civil Secc. 1ª) de 15 de febrero (Caso Onora)}», *ADI* 38/2017-2018, pp. 477-492.

---- «El tratamiento de los signos distintivos en la reforma de la Ley de competencia desleal: principales cuestiones», *ADI* 31/2010-2011, pp. 231-254.

---- «Los conflictos de los nombres de dominio dentro de Internet (A propósito de los posibles conflictos suscitados entre nombres de dominio entre sí)», *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 4/2001, pp. 237-270.

---- «Los nombres de dominio en internet: (conflictos con los signos distintivos y con otros derechos anteriores con los que puedan entrar en colisión)», en AA. VV., *Innovación y empresa innovadora: aspectos económicos y jurídicos*, Escuela Universitaria de Estudios Empresariales, Universidad de Zaragoza, 2001, pp. 125-157.

---- «Notoriedad y renombre de las marcas nacionales en la primera Directiva sobre marcas a la luz de la jurisprudencia reciente del TJCE (Comentario a la Sentencia del TJCE de 14 de septiembre de 1999, caso GM)», *ADI* 20/1999, pp. 619-644.

---- «11 de julio de 1997. Signos distintivos. Nombres comerciales no registrados y rótulos de establecimiento. Cotitularidad. Aplicación de las normas de la Ley de Marcas y del Código Civil. La utilización en el tráfico del nombre comercial por uno de los cotitulares constituye un acto de dominio y no un mero acto de administración. La protección de los signos distintivos abarca no sólo el interés particular de sus titulares, sino también el interés general de los consumidores y usuarios», *Cuadernos Civitas de jurisprudencia civil*, 45/1997, pp. 1251-1260.

MARÍN LÓPEZ J.J., «Nombre civil, denominación social y nombres de dominio», *Pe.i.* 10/2002, pp. 9-63.

MARTÍ DE VESES PUIG, J.J., «La denominación de las sociedades mercantiles y su posible colisión con los signos distintivos», AA VV. *Estudios sobre Derecho industrial: colección de trabajos sobre propiedad industrial e intelectual y derecho de la competencia. Homenaje a H. Baylos*, Grupo Español de la AIPPI, Barcelona, 1992, pp. 437-448.

MARTÍN ARESTI, P., «La independencia de la acción de infracción de marca y de la acción de nulidad de la marca posterior presuntamente infractora. Comentario de la Sentencia del Tribunal Supremo (1ª) de 28 de Octubre de 2014», *RDM*, 298/2015, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/>.

---- «Políticas de marca y actividad publicitaria del distribuidor», en AA. VV. (dir. CARBAJO CASCÓN, F.) *Los contratos de distribución en las propuestas armonizadoras del derecho contractual europeo: repercusiones en el derecho español y en la práctica contractual*, Tirant lo Blanch, Valencia 2015, pp. 411-421.

---- «Signos distintivos y redes de distribución», en AA. VV. (dir. RUIZ PERIS, J. I.), *Nuevas perspectivas del derecho de redes empresariales*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2012, pp. 547-572.

---- «Consumidor, marcas y publicidad», en AA.VV. (dir. MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, Á.), *Marca y publicidad comercial. Un enfoque interdisciplinar*, La Ley, Madrid, 2009, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.

MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, Á., «La inducción a error de los consumidores a través de la marca», en AA. VV. (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.), *Problemas actuales de derecho de la propiedad industrial, VI y VII Jornadas de Barcelona de Derecho de la Propiedad Industrial*, Tecnos, España, 2017, pp. 113-131.

---- «La nulidad de la marca registrada con mala fe: el elemento subjetivo de la intencionalidad», *ADI* 32/2011-2012, pp. 682-684.

MARTÍNEZ SANZ, F., «Nombre comercial, denominación de personas jurídicas y nombre de dominio», en AA.VV. (coord. ALONSO ESPINOSA, J.F.), *El nuevo derecho de marcas, Ley 7/2001, de 7 de diciembre de Marcas*, Comares, Granada, 2002, pp. 127-151.

MASSAGUER FUENTES, J., «La Ley 17/2001 de 7 de diciembre, de marcas: principios y claves», en AA.VV. (coord. ALONSO ESPINOSA, J.F.), *El nuevo derecho de marcas, Ley 7/2001, de 7 de diciembre de Marcas*, Comares, Granada, 2002, pp. 1-63.

- «La protección jurídica de las marcas notorias y renombradas en la Ley de Marcas de 2001», *ADI* 22/2001, pp. 143-180.
- «La tutela del nombre comercial no registrado», *ADI* 22/2001, pp. 181-193.
- «Conflictos de marcas en internet», *RGD* 648/1998, pp. 11107- 11142.
- MEDRANO CABALLERO, I., «El derecho comunitario de marcas: La noción de riesgo de confusión», *RDM*, 234/1999, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- MEDRANO MOLINA, J. M., «La tutela de los nombres de dominio a través de la Política uniforme de resolución de conflictos de la ICANN», *Revista Vasca de Derecho Procesal y Arbitraje*, 1/2004, pp. 99-120.
- MENÉNDEZ, A., y VAQUERIZO ALONSO, A., «Denominaciones sociales y signos distintos de la empresa», en AA. *Estudios de Derecho Mercantil*, t. III, Vol. 1, Civitas, 2007, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- MERCADAL VIDAL, F., «La nulidad de marca solicitada de mala fe y efectos de la disposición transitoria segunda de la Ley de Marcas (A propósito de la Sentencia del Tribunal Supremo [1ª] de 19 de febrero de 2014)», *RDM* 293/2014, Madrid, 2014, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- MEYER-ROCHOW, R., «*The application of passing off as a remedy against domain name piracy*», *E.I.P.R.*, 11/1998, pp. 405-409.
- MIRANDA SERRANO, L. M., «Denominaciones sociales y signos distintivos: No todo sigue igual tras la última Directiva de Marcas», *RDM* 320/2021, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- « El Nombre como limitación del derecho de marca tras la Real Decreto-ley 23/2018: Avances significativos en el proceso de industrialización de la denominación social» *InDret* 2/2020, disponible en <https://raco.cat/index.php/InDret/article/view/375138/468548>.
- «La relevancia distintiva de las denominaciones y razones sociales en la Ley 17/2001 de Marcas», *RdS* 21/2003, pp. 109-148.
- *Denominación social y nombre comercial*, Marcial Pons, Madrid, 1997.

- MOLINA BLÁZQUEZ, C. *Protección jurídica de la lealtad en la competencia*, Montecorvo, Madrid, 1993.
- MOLL FERNÁNDEZ-FÍGARES. L. S., «El precio de los nombres de dominio en internet», *Revista Jurídica de la Comunidad de Madrid*, 17/2018, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7767170>.
- MONGILLO, R., «*Trade marks' Reputation in the European Union: Pago international GmbH v Tirolmilch registriete Genossenschaft mb (C-301/07)*» *E.I.P.R.* 4/2012, pp. 286-290.
- MONTEAGUDO M., «El presupuesto de la violación del derecho de marca: utilización a título de marca vs. utilización en el tráfico económico para productos y servicios», en AA. VV. (dirs. MASSAGUER FUENTES, J.; SOLER, L. A.; DÍAZ MORENO, A. y ARRIBAS HERNANDEZ, A.; coords. SALELLES, J. R. GUERRERO M. J. y FUENTES DEVESA, R.), *I Foro de encuentro de jueces y profesores de derecho mercantil*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2010, p. 135, disponible en <https://biblioteca.tirant.com/cloudLibrary/ebook/show/9788499857305>.
- «La tutela del nombre comercial no registrado», *ADI* 22/2001, pp. 181-194.
- «Prescripción v. caducidad por tolerancia en el sistema español de marcas», *ADI* 20/1999, pp. 255-286.
- *La protección de la marca renombrada*, Civitas, Madrid. 1995.
- «El riesgo de confusión en derecho de marcas y en derecho contra la competencia desleal», *ADI* 15/1993, pp. 73-108.
- MONTEAGUDO, M y PAZ, S., «Conflicto entre denominaciones sociales y signos distintivos (Comentario a la Sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona Sección 16ª de 25 de julio de 1990)», *RGD* 1991, pp. 6503-6529.
- MONTEAGUDO M. y SALELLES, J. R., «De nuevo sobre el conflicto entre denominación social y nombre comercial (Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo, sala 1ª, de 21 de octubre de 1994)», *RGD* 608/1995, pp. 5476-5485.

- MONTERO GARCÍA-NOBLEJAS, M. del P., «Modernización del régimen jurídico de la marca de la Unión Europea», *La Ley Unión Europea*, 50/2017, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.
- MORÁN BOVIO, D., «El registro mercantil», en AA. VV. (coords. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. y DÍAZ MORENO, A.), *Derecho Mercantil*, vol. 1, 15ª ed., Marcial Pons, Madrid, 2013, pp. 367-412.
- MORÁN MEDINA, C., «El *ius utendi* del titular de una marca como obstáculo frente a la acción por infracción de una marca anterior», *Comunicaciones en propiedad industrial y derecho de la competencia*, 69/2013, pp. 21-41.
- MORCOM, CH., «Trade marks and the internet: where are we now», *E.I.P.R.* 1/2012, pp. 40-53.
- «*L'Oréal v Bellure –The Court of appeal reluctantly applies the ECJ rulling: L'Oréal SA v Bellure NV [2010] EWCA Civ 535*», *E.I.P.R.* 10/2010, pp. 530-536.
- MORENO-TORRES SÁNCHEZ, «Presente y futuro del nombre de dominio geográfico español», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, 666/2005, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- NARANJO, L., «Marcas vs ciberocupas», *e-Boletín*, 2010, pp. 13-15, disponible en www.protectica.eu, último acceso el 2 de abril de 2018.
- OBAYUWANA, A., «Unintentional trade mark expansión and unfair competition in cyberspace: the domain name phenomenon», *E.I.P.R.* 3/2012, pp. 177-187.
- OEPM, *Manual informativo para los solicitantes de marcas*, 2016, disponible en http://www.oepm.es/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folletos/M anual_solicitantes_marcas.pdf.
- *Impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas*, 2013, disponible en https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Estudios-Articulos/2013_01_28_Informe_Impacto_de_Marcas_en_economia_espanola.pdf.

- OLIVARES-DELGADO, F., PINILLOS-LAFFÓN, A., BENLLOCH-OSUNA, M. T., «An approach to patronymic names as a resource for familiness and as a variable for family business identification», *European Journal of Family Business*, 1/2016, pp. 32-45, disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444877X16300046>.
- OMPI, *Principios básicos de Propiedad industrial*, 2016, disponible en https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf.
- *La Gestión de los nombres y direcciones de internet: cuestiones de propiedad intelectual*, Informe de la OMPI sobre el proceso de nombres de dominio de Internet <http://wipo2.wipo.int>, OMPI, Ginebra, 1999.
- ORTEGA RUEDA, J. D., Régimen jurídico de los dominios en Internet (I): introducción, funcionamiento y naturaleza, *Revista Lex Mercatoria*, 4/2017, pp. 91-95.
- OTERO LASTRES, M., «El Juez y los parámetros de conducta en la propiedad industrial y la competencia desleal», en AA. VV. (eds. GÓMEZ SEGADÉ, J. A. y GARCÍA VIDAL, Á.), *El Derecho mercantil en el umbral del siglo XXI, libro homenaje al Prof. Dr. Carlos Fernández-Nóvoa con motivo de su octogésimo cumpleaños*, Marcial Pons, Madrid, 2010, pp. 475-486.
- PAGADOR LÓPEZ, J., «El patrimonio empresarial», en AA. VV., (coords. JIMÉNEZ SÁNCHEZ, G. y DÍAZ MORENO, A.), *Derecho Mercantil*, vol. 1, 15ª ed., Marcial Pons, Madrid, 2013, pp. 225-241.
- PALAU RAMÍREZ, F., *La obligación de uso de la marca*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2005.
- PANIZA FULLANA, A., «Impugnación de la filiación extramatrimonial por la madre biológica contra la madre gestante», *Revista Doctrinal Civil-Mercantil* 4/2013, pp. 49-55.
- PARICIO SERRANO, V.L., «La denominación social y el nombre comercial. Reflexiones en torno al concepto y a su relación desde la perspectiva de la competencia desleal», en AA.VV., *Estudios de Derecho mercantil en homenaje a Manuel Broseta Pont*, t. III, Tirant lo Blanch, Valencia, 1995, pp. 2779-2808.

- «El nombre comercial del empresario individual (El problema de la homonimia)», *ADI* 12/1987-1988, pp. 87-128.
- PEGUERA POCH, M., «Uso a título de marca y alcance del "*ius prohibendi*" en la Directiva de Marcas», *ADI* 33/2012-2013, pp. 185-210.
- PEINADO GARCÍA, J. I., «La marca como institución de protección de consumidores. Riesgo de confusión. Marcas y registro. Extensión del derecho y compatibilidad con otros usos (Una crónica jurisprudencial)», *La Ley mercantil*, 19/2015, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.
- PEINADO GARCÍA, J. I. y MARTÍN SERRANO, J., «Luces y sombras del procedimiento administrativo de la OMPI en conflictos sobre la titularidad de nombres de dominio (GTLD)», *RCE* 16, 2001, pp. 3-50.
- PELLISÉ PRATS, B., «La obligación de uso de las marcas y el inicio tardío o la evolución del uso de las marcas registradas» en AA VV., *Estudios sobre propiedad industrial e intelectual y Derecho de la competencia. Homenaje a A. Bercovitz*, Grupo español de la AIPPI, Barcelona, 2005, pp. 771-794.
- PERALES VISCASILLAS, P., «Arbitrabilidad de los derechos de la propiedad industrial y de la competencia», *Anuario de Justicia Alternativa*, 6/2005, pp. 13-75.
- PÉREZ CARRILLO, E. F., «Aproximación a la reforma del sistema de marcas en la Unión Europea», *ADI* 36/2015-2016, pp. 415-426.
- PÉREZ CONESA, C., «Determinación de filiación extramatrimonial por posesión de estado de mujer homosexual tras la ruptura de relación de pareja con otra mujer madre biológica del menor nacido mediante técnica de reproducción asistida. Sentencia del Tribunal Supremo de 15 de enero de 2014. Voto particular.», *Revista Doctrinal Civil-Mercantil* 2/2014, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- PÉREZ LUNA, A., «¿Qué sucede cuando una marca registrada en España no se utiliza?», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, 872/2013, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

PÉREZ MILLA, J., «Globalidad e Internacionalidad jurídica de los nombres de dominio», *RCE* 13/2001, pp. 3-48.

PÉREZ VAN KAPPEL, A., «La «juridificación» de las otras funciones de las marcas registradas por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (1)», *Gaceta jurídica de la Unión Europea y de la Competencia*, 27/2012, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.

PINAZO TOBES, E., «Cuestiones varias en torno a la aplicación de las prohibiciones absolutas y relativas de marcas por los Tribunales de Justicia, con particular atención del juicio de confundibilidad», en AA. VV. (dirs. MASSAGUER FUENTES, J., SOLER, L. A.; DÍAZ MORENO, A. y ARRIBAS HERNANDEZ; coords. SALELLES, J. R.; GUERRERO M. J. y FUENTES DEVESA, R), *I Foro de encuentro de jueces y profesores de derecho mercantil*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2010, disponible en <https://biblioteca.tirant.com/cloudLibrary/ebook/show/9788499857305>.

POSADAS MARTÍNEZ, A., «La solicitud de marca efectuada con mala fe: una revisión del principio de buena fe registral y de las situaciones de hecho protegidas en el ordenamiento marcario español y comunitario», *La Ley Mercantil*, 6/2014, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.

PUERTO MENDOZA, A., *Introducción al derecho de internet. Régimen jurídico básico de los contenidos digitales*, Centro de Estudios Financieros, Madrid, 2015.

RAMOS HERRANZ, I., «La relación entre las marcas y los nombres de dominio de internet», en AA. VV. (dir. MADRID PARRA, A., coord. BLANCO SÁNCHEZ M. de J.), *Derecho mercantil y tecnología*, Aranzadi Thomson Reuters, 2018, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/>.

---- «Nombres de dominio en internet», en AA. VV. (dir. RUIZ MUÑOZ, M., coord. LASTIRI SANTIAGO, M.), *Derecho de la Propiedad Intelectual: Derecho de autor y propiedad industrial*, Tirant lo blanch, Valencia, 2017, pp. 739-753.

---- «Régimen jurídico para el registro de nombres de dominio de internet bajo “es.”», *DeCita*, 5-6/2006, pp. 186-196.

---- «Los nombres de dominio continúan», *RCE* 70/2006, pp. 33-40.

---- *Marcas versus nombres de dominio en internet*, Iustel, Madrid, 2004.

REDONDO GARCÍA, A. M., «El derecho al nombre», en AA. VV., (dir. y coord. PEÑA GONZÁLEZ, J.), *Libro Homenaje a Íñigo Cavero Lataillade*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2005, pp. 671-683.

REQUENA TORRECILLAS, C., «La protección de las marcas en nuestro derecho y el control notarial, Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo del 12 de septiembre de 2011 (Sala de lo civil, sentencia núm. 611/2011)», *Cuadernos de Derecho y Comercio* 57/2012, pp. 263-269.

REY-ALVITE VILLAR, M., «Limitación del “*Ius prohibendi*” ante el uso por tercero de su denominación social», *ADI* 34/2013-2014, pp. 530-533.

RICHARD, S., «Aproximación al sistema de nombres de dominio de internet en la actualidad», *Revista General de Derecho*, 666/2000, pp. 2327-2352.

RÍO BARRO, J. L., «Las funciones de la denominación social», *ADI* 20/1999, pp. 333-346.

ROCA AYMAR, J. L., «Propuesta de unificación legislativa sobre sistemas de resolución de controversias», *Revista de la Corte Española de Arbitraje*, 1992, pp. 9-17.

RODRÍGUEZ DE LAS HERAS BALLEL, T., «Aspectos jurídicos de las redes empresariales en internet», en AA. VV. (dir. RUIZ PERIS, J. I.), *Nuevas perspectivas del derecho de redes empresariales*, 2012, pp. 393-435.

RODRÍGUEZ DELGADO, J. P., «Resolución de controversias en materia de nombres de dominio a la luz de los criterios utilizados por los panelistas de la OMPI», *ADI* 30, 2009-2010, pp. 405-434.

RODRÍGUEZ RAMOS, S. C., *La protección jurídica de la marca frente al uso como palabra clave en motores de búsqueda y plataformas de comercio electrónico*, Atelier Libros Jurídicos, Barcelona, 2022.

RODRÍGUEZ SASTRE, I., «El alcance del *ius prohibendi* que consagra el artículo 9 del Reglamento 207/2009 cuando la marca registrada se refiere a determinadas categorías de servicios pero no así para clases de productos, Comentario de la

Sentencia número 113/15 del Juzgado de lo Mercantil número 1 de Alicante de 26 de junio de 2015», AA. VV. (Redactor HIERRO HERNÁNDEZ-MORA, A.), *2016 Práctica contenciosa para abogados*, La Ley, Madrid, 2016, p. 7, disponible en <https://laleydigital.laley.es/>.

RODRÍGUEZ, J. M., «Conflictos entre nombres de dominio y signos distintivos», en AA. VV. (coord. CASANOVAS, P.), *Internet y pluralismo jurídico: formas emergentes de regulación*. Comares, 2003, pp. 121-140.

---- «Nombres de dominio y signos de internet», en AA. VV. (dir. ILLESCAS ORTIZ, R.), *Comercio electrónico y protección de los consumidores*, La Ley, Ministerio de Sanidad y Consumo, Instituto Nacional del Consumo, (España), 2001, pp. 329-359.

ROGERS, E. S., *Good will trade-marks and unfair tradings*, A Shaw Company, Chicago-New York-London, 1914.

ROMANÍ LLUCH, A., «Algunos elementos relevantes del nuevo sistema de marcas: La marca notoria no registrada; la marca notoria registrada y la marca renombrada; la obligación de explotar la marca registrada y la duración del derecho, su renovación y su modificación», en AA. VV. (dir. BAYLOS CORROZA, H., coord. BAYLOS MORALES, M.) *Tratado de Derecho industrial: Propiedad industrial, Propiedad intelectual, Derecho de la competencia económica, Disciplina de la competencia desleal*, 3ª ed., Civitas Thomson Reuters, España, 2009, pp. 1262-1268.

RONCERO SÁNCHEZ, A., «La marca como objeto de derecho de propiedad» en AA.VV. (coor. ALONSO ESPINOSA, J.F.), *El nuevo derecho de marcas, Ley 7/2001, de 7 de diciembre de Marcas*, Comares, Granada, 2002, pp. 253-283.

RUBIO TORRANO, E., «Inscripción como hijos de un matrimonio de varones, nacidos mediante gestación por sustitución», *Revista Doctrinal Civil-Mercantil* 9/2011, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.

SÁNCHEZ GONZÁLES, S., «Venta en subasta de nombres de dominio en Internet», *Revista de Derecho, comunicaciones y nuevas tecnologías*, 4/2012, disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7507237>.

- SÁNCHEZ JARABA, J.R., «El proceso de elección del principal instrumento publicitario: la marca. Límites legales» en AA. VV. (dir. MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, Á.), *Marca y publicidad comercial, un enfoque interdisciplinar*, La Ley, Madrid, 2009, pp. 93-145.
- SANCHO GARGALLO, I., «Alcance de la protección de la marca notoria en la jurisprudencia comunitaria», en AA. VV (dir. MORRAL SOLDEVILA, R.), *Problemas actuales de derecho de la propiedad industrial*, Thomson Reuters-Civitas, 2011, pp. 141-156.
- SANZ DE ACEDO HECQUET, E., «El registro y uso de mala fe de los nombres de dominio (Comentario a la decisión del Panel del Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI de 23 de febrero de 2001, caso núm. D2000-1679, “Playboy International Enterprises, Inc.”)», *ADI*, 21/2000, pp. 535-556.
- *Marcas renombradas y nombres de dominio en Internet: en torno a la ciberpiratería*, Civitas, Madrid, 2001.
- «La protección de la marca renombrada en el Derecho comunitario, *RDM*, 236/2000, pp. 679-694.
- «Marcas y nombres de dominio: comentario al Auto del Juzgado de Primera Instancia núm. 5 de Oviedo de 2 de junio de 1999», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, 438/2000, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- SCHMIDT-SZALEWSKI, J. y PIERRE, J.L., *Droit de la propriété industrielle*, 4ª ed., Litec, Paris, 2007.
- SCHMIDT, H. K. S., «”Likelihood of confusion” in European trademarks-Where are we now?», *E.I.P.R.*, 10/2002, pp. 463-465.
- SERRANO FERNÁNDEZ, M., «Régimen jurídico del nombre y los apellidos en el Derecho español», *Revista de Derecho Privado* 2001, pp. 687-733.
- SOLORIO PÉREZ, O. J., «Estudio comparado de la observancia del derecho de marcas: Alemania, Corea del Sur, Estados Unidos y México», *Revista de Derecho, Comunicaciones y Nuevas Tecnologías*, 4/2010, Universidad de los Andes, disponible en <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet-EstudioComparadoDeLaObservanciaDelDerechoDeMarcasA-7507233.pdf>.

- STÜRMAN, S., «Mediación y marcas comunitarias», *Comunicaciones en propiedad intelectual y Derecho de la competencia*, 69/2013, pp. 67-84.
- SUQUET CAPDEVILA, J., «Internet, marcas y competencia judicial internacional: ¿o la superación de la regla *forum loci delicti commissi*? A propósito de la sentencia de la Cour de Cassation de 9 de diciembre de 2003», *Diario La Ley*, 6073/2004, disponible en <http://diariolaley.laley.es/>.
- TÉLLEZ VALDÉS, J., *Derecho Informático*, 3ª ed., McGraw-Hill. México, 2007.
- THOMÀS PUIG, P. M., «Marca de renombre y denominación social», *La Ley mercantil*, 61/2019, <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- THORNE, C., y BENNET, S., «Domain Names-Internet Warehousing: has protection of well-know names gone too far?», *E.I.P.R.*, 12/1998, pp. 468-470.
- TRONCOSO REIGADA, M., «Derecho de la competencia y nuevas tecnologías: algunas pinceladas», en AA. VV. (dir. FERNÁNDEZ LÓPEZ, J. M.), *Diez conferencias magistrales sobre nuevas tecnologías y propiedad industrial*, IDEI, Madrid, 2001, pp. 231-252.
- VALLÉS BOTEY, M., «El proceso cuasi-arbitral en conflictos relativos a nombres de dominio», *Anuario de Justicia Alternativa*, 2/2001, pp. 49-61.
- VARGAS GÓMEZ-URRUTIA, M., Comercio internacional y conflicto de leyes y de jurisdicciones en el cyberspacio, *Derecho de los negocios* 115/2000, pp. 1-26.
- VELEIRO REBOREDO, B., «La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la sociedad de la información y de Comercio electrónico», *Actualidad Jurídica Aranzadi*, 542/2002, pp. 1-9.
- VICANDI MARTÍNEZ, A., «Derecho de la persona», en AA. VV. (dir. LÓPEZ RODRÍGUEZ, J.), *Introducción al Derecho para los estudios de administración y dirección de empresas*, Dykinson, Madrid, 2019, pp. 47-69.
- VIDAL PORTABALES, J. I., «El Reglamento del procedimiento de resolución extrajudicial de conflictos para nombres de dominio bajo el código de país correspondiente a España (".es") de 7 de noviembre de 2005», *ADI* 28/2007-2008, pp. 655-666.

- VIGUERA RUBIO, J. M., «En torno al nombre comercial de fantasía en el Derecho español», *ADI* 5/1978, pp. 121-191.
- VILLA VEGA, E., «Disposición adicional decimoctava. Proyecto de Ley de denominaciones de personas jurídicas», en AA.VV. (dir. BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. y dir. adjunto GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, J. A. *Comentarios a la ley de marcas*, 2ª ed., Aranzadi, 2008 y actualizada 2016, disponible en <https://proview.thomsonreuters.com/title>.
- VILLAR MALASÍ, J.L., «Implicaciones jurídicas de internet», *Saberes: Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales*, 1/2003, pp. 1-33, en <https://revistas.uax.es/index.php/saberes/article/view/680/636>.
- WÜRTENBERGER, G., «Community trade mark law astray or back to the roots», *E.I.P.R.* 11/2006, pp. 549-551.
- YOUNES, A. S., «Trade marks and domain names: exploring the inadequacy of existing protection for the economic value of trade marks», *E.I.P.R.* 12/2012, pp. 847-852.
- ZABALE, E. y ARRECHE, M. K, *Nombres de dominio*, Nova Tesis, Buenos Aires, 2006.

JURISPRUDENCIA

Unión Europea

STJUE de 28 de junio de 2018, as. C-564/16 P, *Easy Sanitary Solutions BV y Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) vs. Puma SE*. Sentencia.

STJUE de 8 de mayo de 2018, as. T-721/16, *Luxottica Group/EUIPO vs. Chen (BeyBeni)*.

STJUE de 1 de marzo de 2018, as. acumulados C-412/16 P y C-413/16 P, *Ice Mountain Ibiza, S.L. vs Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)*.

STJUE de 20 de septiembre de 2017, as. C-673/15 P a C-676/15 P, *The Tea Board contra Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)*.

STJUE de 8 junio de 2017, as. C-689/15, *W. F. Gözze Frottierweberei GmbH, Wolfgang Gözze vs. Verein Bremer Baumwollbörse*.

STJUE de 30 de noviembre de 2016, as. T-217/15, *Fiesta Hotels & Resorts, S.L. vs Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)*.

STJUE de 10 de diciembre de 2015, as. C-603/14 P, *El Corte Inglés S.A vs. Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI)*.

STJUE de 3 de septiembre de 2015, as. C-125/14, *Hierro y Smith kft vs. Unilever NV*.

STJUE de 8 mayo de 2014, as. C-591/12 P, *Bimbo S.A. vs. Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI)*.

STJUE de 6 febrero de 2014, as. C-65/12, *Leidseplein Beheer BV, Hendrikus de Vries vs. Red Bull GmbH, Red Bull Nederland BV*.

STJUE de 19 de julio de 2012, as. C-376/11, *Pie Optiek SPRL vs. Bureau Gevers SA*.

STJUE de 28 junio de 2012, as. T-133/09, *I Marchi Italiani y Basile/OHMI - Osra (B. Antonio Basile 1952) vs. y otros contra Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI)*.

STJUE de 22 de septiembre de 2011, as. C-323/09, *Interflora Inc. y otros vs. Marks and Spencer lpc y otros*.

STJUE de 24 de junio de 2010, as. C-51/09 P, *Barbara Becker vs. Harman International Industries, Inc.*

STJUE de 1 de junio de 2010, as. C-569/08, *Internetportal und Marketing GmbH vs. Richard Schlicht*.

STJCE de 23 de marzo de 2010, as. acumulados C-236/08 a C-238/08, *Google France SARL y otros vs. Louis Vuitton Malletier SA*.

STJCE de 18 de junio de 2009, as. C-487/07, *L'Oréal SA y otros vs. Bellure NV y otros*.

STJCE de 23 de abril de 2009, as. C-59/08, *Copad SA vs. Christian Dior Couture S.A. y otros*.

STJCE de 27 de noviembre de 2008, as. C-252/07, *Intel Corporation Inc. vs. CPM United Kingdom Ltd*.

STJCE de 12 de junio de 2008, as. C-533/06, *O2 Holdings and O2 (UK) vs. O2 Holdings and O2 (UK)*.

STJCE de 11 de septiembre de 2007, as. C-17/06, *Céline SARL vs. Céline SA*.

STJCE de 25 de enero de 2007, as. C-48/05, *Adam Opel vs Adam Opel*.

STJCE de 6 octubre de 2005, as. C-120/04, *Medion AG vs. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH*.

STJCE de 16 noviembre de 2004, as. C-245/02, *Anheuser-Busch Inc. vs. Budejovicky Budvar, narodni podnik*.

STJCE de 16 septiembre de 2004, as. C-404/02, *Nichols Plc vs. Registrar of trade marks*.

STJCE de 12 de febrero de 2004, as. C-218/01, *Henkel vs. Henkel*.

STJCE de 9 de enero de 2003, as. C-292/2000, *Davidoff and Cie y Zino Davidoff vs Davidoff and Cie y Zino Davidoff*.

STJCE de 12 de diciembre de 2002 as. C-273/00, *Ralf Sieckmann vs. Deutsches Patent- und Markenamt*.

STJCE de 12 de noviembre de 2002, as. C-206/01, *Arsenal Football Club vs. Arsenal Football Club*.

STJCE de 18 de junio de 2002, as. C-299/99, *Koninklijke Philips Electronics NV vs. Remington Consumer Products Ltd*.

STJCE de 4 de octubre de 2001, C-517/99, *Proceso penal vs. Merz and Krell GmbH and Co*.

STJUE de 22 de junio de 2000, as. C-425/98, *Marca Mode CV vs. Adidas AG, y Adidas Benelux BV*.

STJCE de 14 de septiembre de 1999, as. C-375/97, *General Motors Corporation vs. Yplon SA*.

STJCE de 22 de junio de 1999, as. C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH vs. Klijsen Handel BV*.

STJCE de 29 de septiembre de 1998, as. C-39/97, *Canon Kabushiki Kaisha vs. Metro-Metro-Goldwyn-Mayer Inc., anteriormente Pathe Communications Corporation*

STJCE de 16 de julio de 1998, as. C-355/96, *Silhouette International Schmied GmbH and Co. KG vs Hartlauer Handelsgesellschaft mbH*.

STJCE de 11 de noviembre de 1997, as. C-251/95, *SABEL BV vs. Puma AG, Rudolf Dassler Sport*.

STJCE de 17 de octubre de 1990, as. C-10/89, *SA CNL-Sucal NV vs. HAG GF AG*.

España

Tribunal Supremo

STS de 2 de febrero de 2017, (RJ\2017\446), «Pangasa 24 H».

STS de 6 de julio de 2015, (ECLI:ES:TS:2015:3196), «Autorama», y «Autoram».

STS de 17 de febrero de 2015, (RJ\2015\796), «E Eroski Fruit Pops».

STS de 3 de octubre de 2014, (RJ\2014\5341), «Mario Rossi».

STS de 30 de septiembre de 2014, (RJ\2014\6124), «Raventós I Blanc Manuel Raventós» e «hijos de M. Raventós».

STS de 17 junio de 2014, (RJ\2014\3960), «Bugui Va JCRF Joaquín»

STS de 2 junio de 2014, (RJ/2014/2984), «Viajes zaratours vacaciones y ocio» y «Zara».

STS de 19 febrero de 2014, (RJ\2014\1371), «Saltxipi».

STS de 15 enero de 2014, (RJ\2014\1265).

STS de 20 diciembre de 2013, (RJ\2014\77), «Estrella Agua Mineral Natural 1,5 L» y «Estrella Galicia».

STS de 19 diciembre de 2013, (RJ\2014\107), «Hugo Boss» y «BM Bossmiki».

STS de 3 de octubre de 2013, (JUR\2013\328064), «Etsystemsglobalstoragesolutions» y «Etsystems».

STS de 6 mayo de 2013, (RJ\2013\3596), «Coca Cola Company» y «Acquabona»

STS de 25 septiembre de 2012, (RJ\2012\9422), «E Economista» y «El Economista».

STS de 12 junio de 2012, (RJ\2012\8007), «Puerta de La Bastida» y «Castillo de Labastida».

STS de 13 abril de 2012, (RJ\2012\5256), «Kemika».

STS de 4 abril de 2012, (RJ\2012\5735), «DKNY».

STS de 6 de marzo de 2012, (RJ\2012\4525), «Pavón».

STS de 21 diciembre de 2011, (RJ\2012\162). «Magaña».

STS de 14 septiembre de 2011, (RJ\2011\7353), «Marqués de Domecq» y «Ganadería Marqués de Domecq».

STS de 12 septiembre de 2011, (RJ\2011\6418), «Briseis».

STS de 18 de marzo de 2010, RJ\2010\3910, «Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid -COAM-» y «COAM».

STS de 10 de noviembre de 2009, (RJ\2010\327), «Tecninvest» y «Investech».

STS de 29 octubre de 2009, (RJ\2010\1222), «Colección de Arte Catalán Carmen Thyssen-Bornemisza», «Colección Carmen Thyssen-Bornemisza» y «Colección Thyssen-Bornemisza».

STS de 23 de marzo de 2009, (RJ\2009\3226), «Acrisur» y «Acridur».

STS de 2 marzo de 2009, (RJ\2009\2789), «Comercial Rosa María Lladró, SL».

STS de 19 diciembre de 2008, (RJ\2009\358), «Juan Pedro Domecq» y «Pedro Domecq».

STS de 15 octubre de 2008, (RJ\2008\5731), «Ganadería Marqués de Domecq».

STS de 10 de julio de 2008, (RJ\2008\4373), «Yuste».

STS de 9 julio de 2008, (RJ\2008\4332), «Veni» y «Venice».

STS de 18 mayo de 2006, (RJ\2006\2365), «Freixe».

STS de 20 de febrero de 2006, (RJ/2006/5783), «Ikusi».

STS de 25 de noviembre de 2005, (RJ 2005/7665), «Ikea» y «Kitea».

STS de 11 noviembre de 2005, (RJ\2006\119), «Santiago Torres Curulla» y «Torres».

STS de 7 octubre de 2005, ((RJ\2005\8765), «Chanel».

STS de 28 de septiembre de 2004, (RJ/2004/5684), «Lilly, SA».

STS de 13 de julio de 2004, (RJ/2004/6508), «Intella» y «Nutella».

STS de 9 julio de 2004, (RJ\2004\5353), «Marqués de Palmer».

STS de 29 de junio de 2004, (RJ/2004/5800), «Proderma» y «Proderma».

STS de 27 de mayo de 2004, (RJ\2004\4413), «Natural Gas, SL» y «Naturgas, SA».

STS de 26 de junio de 2003, (RJ\2003\4265), «Macsony».

STS de 20 de julio de 2002, (RJ/2000/6186), «Eurolines».

STS de 28 de febrero de 2001, (ECLI:ES:TS:2001:1574), «Panibérica».

STS de 21 de noviembre de 2000, (RJ/2000/9297), «Sardá & Mascaró».

STS de 21 julio de 2000, (RJ\2000\6500), «José Ferret Mateu» y «Ferret».

STS de 17 de marzo de 2000, (RJ\2000\2017), «Camel».

STS de 29 febrero de 2000, (RJ\2000\812), «Marquesa de Tosos».

STS de 26 febrero de 1997, (RJ\1997\1526), «Tele-Action, SA» y «Teleacción».

STS de 13 mayo de 1996, (RJ\1996\3877), «Manuel Giro» y «Giro».

STS de 19 de enero de 1996, (RJ\1996\336), «Seve» y «CB».

STS de 4 julio de 1995, (RJ\1995\5461), «Talleres Arevalillo, SA» y «Arevalillo Hermanos S.A.».

STS de 26 junio de 1995, (RJ\1995\5114), «Avianca».

STS de 21 de octubre de 1994, (RJ\1994\9036), «Hernández Pérez Hermanos».

STS de 3 diciembre de 1993, (RJ\1993\9716), «Bisco» y «Nabisco».

STS de 22 julio de 1993, (RJ\1993\6752), «Freixenet, S.A.» y «Freixenet, S.A.».

STS de 29 enero de 1993, (RJ\1993\1098), «Oquendo» y «Loquendo».

STS de 3 de diciembre de 1992, (RJ\1992\9715), «Manuel Raventós» e «Hijos de M. Raventós.Raynat.Codorniu SA».

STS de 15 de octubre de 1992, (RJ\1992\796315). «Jose M^a Raventós» e «hijos de M. Raventós».

STS de 26 enero de 1990, (RJ\1990\26), «Marqués de Bradomín».

STS de 26 de marzo de 1988, (RJ\1988\1721), «Dasslerpuma».

STS de 20 de febrero de 1987, (RJ\1987\668), «Frigola».

STS de 21 de enero de 1986, (RJ\1986\326), «Rapid».

STS de 16 de julio de 1985, (RJ\1985\4092), «Lever Ibérica, S. A.» y «Domestos».

STS de 27 de febrero de 1984, (RJ\1984\991), «La Tierriña».

STS de 7 julio de 1980, (RJ\1980\2930), «Kemen».

STS de 11 de marzo de 1977, (RJ 1977\1026), «Finre».

STS de 21 de noviembre de 1958, (RJ 1959/2893), «Fénix».

STS de 27 de diciembre de 1954, (RJ 1955\752), «OM».

Tribunales Superiores de Justicia

STSJ de Madrid de 17 junio de 2020, (ECLI: ES:TSJM:2020:6616), «UBER».

Audiencias Provinciales

SAP de Barcelona de 4 diciembre de 2013, (JUR\2014\22644), «Dexeus».

SAP de Barcelona de 13 octubre de 2008, (JUR\2009\79933), «Valles-pack».

SAP de Barcelona de 23 de abril de 2001, (AC\2001\1034), «Nexus».

SAP de Barcelona de 27 de septiembre de 2000, (AC\2000\2059), «Torelló».

SAP de Barcelona de 18 marzo de 1996, (AC\1996\2575), «Picasso, SA».

SAP de Cáceres de 2 de octubre de 2000, (JUR/2001/41725), «El Brezal».

SAP de Cantabria de 15 diciembre de 2017, (AC\2017\1698), «Sarabia y Asociados - Abogados- S. C.P.» y «Sarabia y Gómez S.L.L.».

SAP de Cataluña de 16 de abril de 2020, (TOL8.313.968), «La tienda del espía».

SAP de Córdoba de 3 de marzo de 2010, (ES:APCO:2010:700).

SAP de A Coruña de 22 de noviembre de 2006, (AC\2006\2316), «Dental Compostela».

SAP de Granada de 31 octubre de 2006, (AC\2007\1045), «Ispaquímica» e «Hispaquímica, SL».

SAP de Lleida 9 febrero de 2000, (AC\2000\50), «Ok Turi».

SAP Logroño de 12 de junio de 2012, (RJ/2012/8007), «Labastida».

SAP de Madrid de 31 octubre de 2014, (JUR\2015\53986), «Laberinto».

SAP de Madrid de 5 de mayo de 2014, (JUR\2014\166675), «Ingeconsul».

SAP de Madrid de 8 marzo de 2013, (AC\2013\1414), «Ana Locking».

SAP de Madrid de 11 de marzo de 2011, (AC\2011\1015), «Inversiona».

SAP de Madrid de 15 octubre de 2010, (AC\2010\2030), «Lico» y «Lycos».

SAP de Madrid de 25 de octubre de 2007, (TOL7.393.037), «La Oreja de Vang Gogh».

SAP de Madrid de 19 mayo de 2006, (AC\2007\199), «Santa Gema».

SAP de Madrid de 26 mayo de 2005, (AC\2005\1216), «Montecastillo».

SAP de Murcia de 8 noviembre de 2018, (AC\2018\1749), «El Rayo».

SAP de Santander de 15 diciembre de 2017, (AC\2017\1698), «Sarabia y Asociados - Abogados- S. C.P.» y «Sarabia y Gómez S.L.L.»

SAP Valencia, de 19 de abril de 1997, (AC/1997/986), «PEPE».

SAP de Vizcaya, de 1 de marzo de 2007, (AC\2007\803), «Luberri».

SAP de Vizcaya de 5 enero de 2001, (AC\2001\68), «Ozu».

SAP de Zaragoza de 24 de septiembre de 2002, (AC\2002\1633), «Zaragoza virtual».

SAP de Zaragoza de 15 enero 2001, (AC\2001\741), «Intel e Intelnet».

Juzgados de lo Mercantil

SJMerc de Valencia de 17 de enero de 2020, (TOL8.054.919), «gedesco».

SJMerc de Madrid de 16 de octubre de 2015, (TOL5.720.551).

SJMerc de Valencia de 25 de septiembre 2015, (AC\2015\1748), «Schweppes».

SJMerc de Madrid de 23 mayo de 2011, (AC\2011\1419), «Clínica Dental Díez Zapata» y «Clínica Dental Zapata de Calatayud».

SJMerc de Madrid de 4 de abril de 2011, (TOL2.098.479).

SJPrimera Instancia de Valencia de 17 abril de 2001, (AC\2001\2320), «Bancaja».

SJPrimera Instancia de Oviedo, de 2 de junio de 1999, (AC\1999\1071), «Nocilla».

Dirección General de los Registros y del Notariado

DGRN de 11 noviembre 2015, (RJ\2015\6470), «Macusa, S.A.».

DGRN de 5 de mayo de 2015, (RJ\2015\3526), «Tabacalera Española, S.A.» y «Tabacalera, S.L.».

DGRN de 5 febrero de 2011, (RJ\2011\2469), «Financiera Naranja, SL» e «ING Direct».

DGRN de 24 de febrero de 2004, (RJ\2004\5499), «Voleo España, SA» y «Volvo Construcciones, S.L.».

DGRN de 2 de septiembre de 1982, (RJ/1982/5363).

RESOLUCIONES DEL CENTRO DE ARBITRAJE Y MEDIACIÓN DE LA OMPI

Casos del dominio “.es”

DES2019-0014, «fcbarcelonaonline.es».

DES2019-0001, «vazquez.es».

DES2017-0039, «philippheinzapatillas.es».

DES2017-0038, «ines-sastre.es».

DES2017-0036, «pertegazhombre.es».

DES2017-0033, «barça.es» y «barsa.es».

DES2017-0028 del dominio «ines-sastre.es».

DES2015-0020, «hugobossorange.es».

DES2015-0014, «chanelbolsos.es».

DES2015-0004, «zapatillassalomon.es».

DES2014-0038, «campusisde.es».

DES2013-0028, «kuapay.com.es».

DES2011-0034, «aviancataca.es».

DES2011-0010, «mibmw.es».

DES2010-0040, «uja.es».

DES2010-0025, «goldfren.es».

DES2010-0012, «world-series-poker.es».

DES2010-0007, «westerndigital.es».

DES2010-0006, «ayuntamientodelalaguna.es».

DES2010-0002, «partycasino.es».

DES2009-0038, «camicissima.es».

DES2009-0020, «chevrolet-volt.es».

DES2009-0006, «facebook.es».

DES2009-0002, «grancasinomallorca.es».

DES2008-0027 «inibsa.es».

DES2006-0044, «huawei.es».

DES2006-0033, «kalamazo.es».

DES2006-0022, respecto del dominio «petrobras.es».

DES2006-0008, «compra-acomplia.com.es».

DES2006-0001, «citifinancial.com.es» y «citifinancial.org.es».

Casos del dominio “.com”

D2017-0981, «philipp-plein.shop» y «philippplein.shop».

D2017-0626, «philipppleinclearancestore.com».

D2017-0125, «philippeplein.com» y «philipppleinscarpe.com».

D2017-2164, «fidelitygrowthpartners.asia».

D2015-0840, «victoria-beckham.biz».

D2015-0325, «hugobosspolska.com».

D2015-00203, «hugobossuksale.com».

D2014-2239, «hugoboss. 商城».

D2013-0540, «metzingenhugoboss.com».

D2012-0321, «hugobossshoesshop.com».

D2007-1402, «marflores.com».

D2006-0524, «ronaldinho.com».

D2005-0524, «mundial.com».

D2005-0023, «segwayaccessories.com».

D2004-1044, «frankrijkaard.com».

D2004-0827 del dominio «ronaldinhogauchocom.com».

D2004-0721, «dellalo.com», «dellfianancialservices.com», «dellsex.com», «dellupdates.com», «dell4memyway.com» y «rebatedell.com».

D2003-0400, «asioshop.net».

D2003-0330, «ccoo.org».

D2002-0725, «josecarreras.com».

D2002-0134, «francescototti.com».

D2001-1425, «krupphyssen.com».

D2001-0710, «xavihernandez.com».

D2001-0562, «mirurgia.com».

D2001-0496, «bancodevitoria.com».

D2000-1369, «education.com».

D2000-1000, «bridgetjones».

D2000-0402, « stevenrattner.com».

D2000-0395, «zegnafashion.com».

D2000-0239, «donsimon.com».

D2000-0235, «jeanettewinterson.com», «jeanettewinterson.net» y «jeanettewinterson.org».

D2000-0210, «juliaroberts.com».

D2000-1697, «Lorenzosilva.com».

D2000-1650, «joseluissampedro.com».

D2000-1649, «rosamontero.com».

D2000-1471, «nikeeurope.com», «nike-europe.com», «nikeurope.com» y «euronike.com».

D2000-0018, «banesto.org» y «banesto.net».