

3

Marcas y PYME

Si tienes una invención, una marca o un diseño, regístralo.



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas

¿Qué es una marca?

Se entiende por marca todo signo que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa, de los productos o servicios idénticos o similares de las demás empresas competidoras, a condición de que puedan ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar de una forma clara y precisa el objeto de la protección otorgada a su titular.

Las marcas pueden consistir en un vocablo o conjunto de vocablos, letras, números, imágenes, figuras, símbolos, dibujos, colores, formas tridimensionales, envoltorios, envases y la forma del producto o su presentación, sonidos, o en una combinación de cualquiera de los elementos citados.

Las marcas son de gran importancia para las empresas, y en particular para las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

Las marcas son uno de los activos más importantes para el desarrollo de la actividad empresarial y constituyen uno de los medios más eficaces de canalización y fidelización de clientela.

01 ¿Para qué sirve una marca?

La principal función de la marca es permitir a los consumidores identificar el producto o servicio de una empresa en el mercado a fin de distinguirlo de los productos o servicios idénticos o similares de la competencia.

Los consumidores que están satisfechos con un determinado producto o servicio son más propensos a comprar nuevamente ese producto o a volver a usar ese servicio. Para ello es necesario que puedan distinguirlo de otros productos o servicios idénticos o similares.

Al permitir diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otras empresas de la competencia, las marcas desempeñan un papel primordial en las estrategias de desarrollo y comercialización, y contribuyen a proyectar la imagen y reputación de los productos o servicios de la empresa ante los consumidores. La imagen y la reputación de una empresa inspiran confianza, lo que a su vez constituye la base de una clientela leal y potencia el valor de la empresa.

Con frecuencia, los consumidores se apegan a ciertas marcas, sobre la base de la predilección por una serie de cualidades o características inherentes a los productos o servicios que llevan esas marcas.

02 ¿Qué valor tiene una marca?

Una marca elegida y utilizada con dedicación y acierto representa un valioso activo comercial. Para la mayor parte de las empresas puede ser incluso el activo más valioso que poseen. Los consumidores valoran las marcas, su reputación, su imagen y el conjunto de cualidades que asocian a la marca, y están dispuestos a pagar más por un producto o servicio de marca que reconocen y que responde a sus expectativas. El mero hecho de ser titular de una marca cuya imagen y reputación sean buenas concede a la empresa una clara ventaja sobre sus competidores.



03 ¿Por qué debe protegerse la marca?

No todas las empresas son conscientes de lo importante que es proteger las marcas a través del registro.

El registro de una marca otorga a la empresa un derecho exclusivo para utilizarla en el mercado y para impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o con una marca muy similar que pueda crear confusión.

Si la empresa no registra la marca, las inversiones que realice en la comercialización de un producto pueden resultar infructuosas ya que la marca podría confundirse con otra utilizada para comercializar productos idénticos o similares.

Si un competidor adopta una marca similar o idéntica, los consumidores podrían comprar por error el producto del competidor. Esto no sólo disminuirá las ganancias de la empresa y confundirá a sus clientes, sino que dañará su reputación e imagen, especialmente si los productos rivales son de calidad inferior.

Esta situación aún puede agravarse si el competidor registra a su nombre dicha marca o alguna similar que cree confusión, pues en este caso podrá reclamar ante los Tribunales que la empresa que venía utilizando la marca sin registro cese en el uso de la misma.

Dado el valor de las marcas y la importancia que una marca puede tener para el éxito de un producto o servicio en el mercado, es crucial la protección de la misma mediante registro, asegurándose así el derecho prioritario y exclusivo a utilizarla en el mercado.



04 ¿Cómo proteger la marca o marcas de sus empresas?

En la legislación española el derecho de propiedad sobre una marca sólo se adquiere por su registro en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

La prioridad en el uso de una marca sin registro previo no otorga la propiedad de la marca, salvo que excepcionalmente dicha marca no registrada llegara a ser notoriamente conocida en todo el territorio nacional.

Mucha gente cree que registrando la denominación social en el Registro Mercantil, el nombre de la empresa quedará automáticamente protegido como marca. Se trata de un error bastante común.

La denominación social de una empresa, si es prioritaria al registro de una marca idéntica o semejante, sólo podrá oponerse a dicho registro o solicitar ante los Tribunales su nulidad, si se prueba el conocimiento motorio de dicha información en el conjunto del territorio nacional o que se ha venido usando, en el tráfico económico en idéntico o similar ámbito de aplicación.

05 ¿Cómo se registra una marca?

La mayoría de las marcas se solicitan a través de la sede electrónica de la página web de la Oficina Española de Patentes y Marcas: www.oepm.es. Este servicio permite solicitar en línea, de manera sencilla, una marca o un nombre comercial rellenando el correspondiente formulario electrónico con una reducción del 15% en la tasa de solicitud.

Además pueden registrarse dirigiendo la oportuna solicitud de registro a la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), sita en Paseo de la Castellana, 75 - 28071 – Madrid o en los servicios correspondientes de las CCAA, Oficinas de Correos (en sobre abierto, por correo certificado y con acuse de recibo), en las Delegaciones y Subdelegaciones de Gobierno, Áreas de Industria y Energía. La forma de obtener el formulario de solicitud de registro de marcas es en la página web de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). El impreso de solicitud puede ser cumplimentado en la propia página web y descargarse ya cumplimentado.

06 ¿Cuánto cuesta registrar una marca?

El registro electrónico de una marca cuesta alrededor de 130€*, por la primera clase solicitada y alrededor de 85€ por la segunda clase y cada una de las sucesivas.

Todos los productos o servicios disponibles se agrupan en 45 clases. Por ejemplo, la clase 25 comprende “vestidos, calzado y sombrerería”, la 37 “construcción, reparación, servicios de instalación”.

Una vez presentada la solicitud y pagadas las tasas que procedan, si la marca resulta concedida, ésta queda registrada por 10 años a contar desde la fecha de la solicitud, sin que su titular tenga que abonar ninguna tasa durante este período.

Transcurridos estos 10 años, el registro de la marca podrá renovarse indefinidamente por períodos sucesivos de 10 años, abonando una tasa para el procedimiento electrónico de alrededor de 150€* por la primera clase renovada y alrededor de 100€ por la segunda clase y cada una de las sucesivas.



* Puede consultar las tasas vigentes en la página web de la OEPM (www.oepm.es).

07 ¿Qué debe hacer antes de solicitar una marca?

- Compruebe si la marca que desea solicitar se encuentra ya registrada.

Para ello, entre en la página web de la OEPM (www.oepm.es) y dentro de las bases de datos de “Marcas y Nombres Comerciales” encontrará el “localizador de marcas”. Introduzca la denominación que desea solicitar como marca para comprobar si está ya registrada una denominación idéntica o semejante.

También puede dirigirse a la OEPM y solicitar una búsqueda de antecedentes registrales, mediante el abono de la correspondiente tasa.

- Infórmese adecuadamente

Lea o descargue de la página web (www.oepm.es), el manual informativo para los solicitantes de marcas, en el que encontrará detallada información sobre cómo rellenar la solicitud (con un ejemplo), qué clases debe solicitar, desarrollo y duración del procedimiento de registro, prohibiciones de registro, etc. Este manual está disponible en la web, dentro del apartado de “Marcas y nombres comerciales/Manuales y guías”. También puede dirigirse personalmente a los Servicios de Información de la OEPM o llamar al teléfono de Información Administrativa 910 780 780.

Si, finalmente, decide presentar su solicitud de registro de marca, podrá seguir la tramitación de la misma desde la página web citada, en “Buscar en Bases de Datos/CEO-MIO-Consultas de expedientes de la OEPM” (servicio gratuito).

Marcas y Pyme

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS, O. A.

DIRECCIÓN

Paseo de la Castellana, 75 - 28071 MADRID

METRO y CERCANÍAS RENFE

Nuevos Ministerios

AUTOBUSES

3 - 5 - 7 - 14 - 16 - 19 - 27 - 37 - 40 - 43 - 45 - 51 - 64 - 66 - 124 - 126 - 128 - 147 - 149 - 150 - C1 y C2

Si tienes una invención, una marca o un diseño, regístralo.

CORREOS ELECTRÓNICOS

informacion@oepm.es • registro@oepm.es • pyme@oepm.es

INFORMACIÓN

Tel.: 910 780 780 (Horario de lunes a viernes de 9:00 a 18:00)
(julio y agosto de 9:00 a 15:00)

SERVICIO DE APOYO A LA EMPRESA

Tel.: 913 495 550 (Horario de lunes a viernes de 9:00 a 14:00)

HORARIO

Horario en los servicios de Registro
de lunes a viernes de 9:00 a 14:30

Folleto parcialmente financiado por EUIPO

PÁGINA WEB

www.oepm.es

NIPO (en papel): 116-19-071-8

NIPO (en línea): 116-19-072-3

D.L.: M 36548-2018