

4

Cuestiones Básicas

acerca de Marcas
y Nombres Comerciales

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



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas

El objeto del presente folleto es presentar en forma de preguntas y respuestas las cuestiones que frecuentemente se plantean en relación con las Marcas y los Nombres Comerciales.

5 grandes áreas

Las preguntas han sido agrupadas en cinco grandes áreas:

01. Objeto y duración
02. Procedimiento
03. Búsquedas
04. Protección en el extranjero
05. Titularidad y transmisión

01 Objeto y duración

1. ¿Qué es una marca? ¿Qué es un nombre comercial?

La marca y el nombre comercial son signos distintivos que se protegen mediante títulos otorgados por el Estado y que confieren a su titular el derecho exclusivo de utilizarlos en el tráfico económico, e impedir a otros la utilización en España de los signos distintivos protegidos. La marca es un signo que permite a los empresarios distinguir sus productos o servicios frente a los productos o servicios de los competidores. El nombre comercial es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

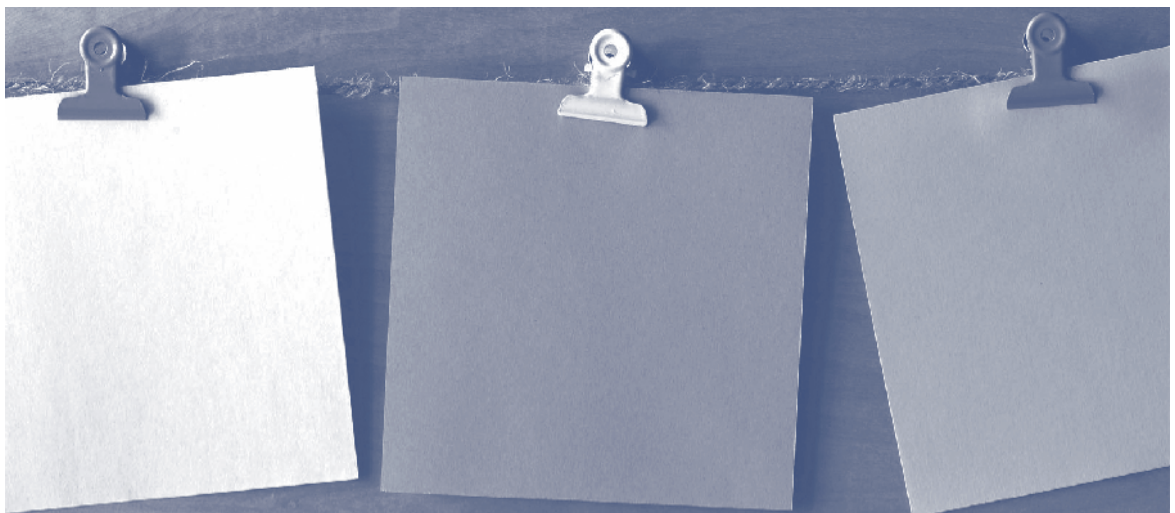
2. ¿Cuáles son las principales obligaciones del titular de la marca y del nombre comercial?

Para obtener la protección debe procederse al registro de la marca o del nombre comercial. El titular tiene la obligación de usar la marca o el nombre comercial, bien por sí mismo o bien a través de persona autorizada por él. Si estos signos no se usan, los tribunales podrán declarar su caducidad.

3. ¿En qué se diferencia la marca del nombre comercial y de la Denominación o Razón Social?

La marca distingue los productos o servicios de un empresario.

El nombre comercial es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.



La denominación social es el nombre que identifica a una persona jurídica como sujeto de relaciones jurídicas y, por tanto, susceptible de derechos y obligaciones.

El nombre comercial no es preciso que coincida con la denominación social y puede elegirse, por tanto, un nombre comercial diferente de la denominación social. Una misma persona natural o jurídica puede tener, si lo desea, varios nombres comerciales para identificar actividades empresariales pertenecientes a diferentes sectores del tráfico económico.

Así, un fabricante de pantalones registraría como nombre comercial el que utilice en sus actividades empresariales de fabricante y que sirva para diferenciarlo de otros empresarios. Su denominación social es la que debe emplear, por ejemplo, para firmar contratos o dar de alta a trabajadores en la seguridad social. El signo o nombre con que comercialice esos pantalones será la marca del producto. Todos estos signos pueden ser, a elección del empresario, iguales o diferentes, según su conveniencia.

En un símil con la persona física la denominación social sería el “nombre civil” de la persona física y el nombre comercial sería el “nombre artístico” con que dicha persona se presenta a sus clientes en el mercado.

4. ¿En qué se diferencia la marca del nombre de dominio?

El nombre de dominio es la dirección de “internet” que puede obtenerse en el caso de los dominios “.es” de la Entidad Pública Empresarial [Red.es \(www.dominios.es\)](http://www.dominios.es). Cuando se registra un nombre que entra en conflicto con una marca puede obtenerse protección legal bien ante los tribunales o bien ante el sistema de arbitraje establecido por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Los nombres de dominio de segundo nivel bajo “.es” se asignarán atendiendo a un criterio de prioridad temporal en la solicitud. No podrán ser objeto de solicitud como nombres de dominio aquellos que hayan sido previamente asignados. También tienen que cumplir con normas de



sintaxis y no pueden incluir términos reservados recogidos en una serie de listas (términos de internet, y términos relativos a instituciones nacionales o internacionales), tal y como dispone la normativa correspondiente.

En el tercer nivel podrán asignarse nombres de dominio bajo los siguientes indicativos: “.com.es”, “.nom.es”, “.org.es”, “.gov.es” y “.edu.es”. Estos nombres de dominio de tercer nivel se asignarán atendiendo a un criterio de prioridad temporal en la solicitud. No podrán ser objeto de solicitud los nombres de dominio que hayan sido previamente asignados. En la asignación de nombres de dominio con los indicativos “.gov.es” y “.edu.es” se verificará con carácter previo a su asignación el cumplimiento de los requisitos de legitimación contenidos en la normativa vigente, así como el cumplimiento de las normas de sintaxis. Los nombres de dominio de tercer nivel bajo los indicativos “.com.es”, “.nom.es”, “.org.es”, también tienen que cumplir con normas de sintaxis y no pueden incluir términos reservados recogidos en una serie de listas (términos de internet, y términos relativos a instituciones nacionales o internacionales), tal y como dispone la normativa correspondiente.

El registro de nombres de dominio bajo .com, .org y .net no está sometido a ningún tipo de comprobación previa, se asignan siguiendo el principio de “primer llegado primer servido”, y su registro se realiza por el ICANN, con domicilio en California.

5. ¿En qué se diferencia la marca del diseño industrial?

La marca es un signo que sirve para distinguir productos o servicios y que puede incluir formas bidimensionales y tridimensionales, entre otros. El diseño industrial es un derecho de exclusividad que se otorga sobre la apariencia estética de un producto y que tiene requisitos distintos a la marca. Son susceptibles de protección con un diseño las formas bidimensionales (por ejemplo, el estampado de una corbata) y las tridimensionales (por ejemplo, la forma de una maleta, la carrocería de un coche).

6. ¿Por cuánto tiempo se concede una marca o un nombre comercial?

Diez años desde la fecha de su solicitud. A los diez años la marca y/o el nombre comercial debe renovarse. La marca y/o el nombre comercial pueden renovarse indefinidamente. La OEPM le avisará del vencimiento de dicho plazo con antelación suficiente. Es importante que comunique a la OEPM cualquier cambio de domicilio. Es recomendable que señale como medio de notificación preferente una dirección de correo electrónico, dada la rapidez con la que recibirá cualquier aviso.

7. ¿Cuánto cuesta obtener una marca o nombre comercial en España?

El coste, en tasas a satisfacer a la OEPM en el año 2019*, por la inscripción de una marca o nombre comercial es de aproximadamente 150 euros por la primera clase solicitada y de 100 euros por la segunda y siguientes.

La solicitud de marca o nombre comercial por vía telemática a través de la sede electrónica de la OEPM (<https://sede.oepm.gob.es/eSede/es/index.html>) da derecho a una reducción del 15% en las tasas señaladas. Desde el 1 de diciembre de 2013 algunas tasas pueden pagarse mediante tarjeta de crédito.

Para mantener estos derechos hay que hacer frente a las renovaciones cada diez años. El importe de estas tasas se actualiza anualmente a través de la Ley de Presupuestos Generales del Estado y su montante figura en la página web de la OEPM (<https://www.oepm.es/es/marcas-y-nombres-comerciales/como-protoger-las-marcas-y-nombres-comerciales/tasas/>) por lo que se recomienda consultarla para la confirmación del importe de las tasas correspondientes.

8. ¿Qué requisitos son necesarios para obtener una marca o un nombre comercial?

Es necesario que el signo que se pretende registrar sea lícito, es decir que no incurra en ninguna de las prohibiciones que establece la ley, y que esté disponible, es decir que no entre en conflicto con otros derechos anteriores, ya sea a título de marca u otro derecho privativo, como es el derecho al nombre, derecho de propiedad intelectual, etc.

Puede obtenerse información sobre la interpretación de los requisitos legales para el registro de marcas por la OEPM en su página web (www.oepm.es), en la guía de examen de prohibiciones de registro ([accede aquí](#)).

9. ¿La existencia de derechos anteriores será siempre motivo de denegación de una marca o nombre comercial?

En algunos supuestos también podría obtenerse el registro de una marca o nombre comercial similar a otros anteriores, cuando los productos, servicios o actividades que distinguen los anteriores sean lo suficientemente dispares respecto de los que abarca el nuevo signo, como para no inducir a error o generar un riesgo de asociación. Por ejemplo, DULCILIA concedida para distinguir “mantas” de la clase 24, no impediría el registro de la misma denominación para amparar “una publicación periódica” de la clase 16. Este llamado “principio de la especialidad”, quiebra cuando se trata de marcas renombradas. La marca renombrada goza de una protección legalmente reforzada, y no podría concederse, por ejemplo, CAMPOFRÍO para “bebidas alcohólicas” de la clase 32, dada su notoriedad en el sector alimenticio aunque no exactamente respecto de las bebidas.

La OEPM hace una búsqueda informática de anterioridades con respecto de cada nueva solicitud y cursa un aviso al solicitante o titular de registros anteriores, a efectos meramente informativos, para que si lo desea pueda formular oposición. Si ésta no se produce, la OEPM no podrá denegar de oficio la nueva solicitud por semejanza con un derecho anterior.

10. ¿Qué puede ser objeto de una marca?

Podrán, especialmente, constituir marca los siguientes signos o medios:

- a) Las palabras o combinaciones de palabras, incluidas las que sirven para identificar las personas, por ejemplo, "DULCILIA" para distinguir productos o para servicios "El Juli" como nombre artístico.
- b) Las imágenes, figuras, símbolos y gráficos, por ejemplo, la representación de un caballo con las patas delanteras en alto que distingue los coches Ferrari, o un cocodrilo para la ropa de vestir de Lacoste.
- c) Las letras, las cifras y sus combinaciones, por ejemplo, BBVA, Licor 43 o S-3.
- d) Las formas tridimensionales entre las que se incluyen los envoltorios, los envases, la forma del producto o su presentación.
- e) Los sonidos.
- f) Cualquier combinación de los signos o medios que, con carácter enunciativo, se mencionan en los apartados anteriores.

La condición que deben cumplir tales signos, sean de la naturaleza que sean, es que :

- a) sean apropiados para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y
- b) puedan ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular.

11. ¿Qué es lo que no puede ser objeto de marca?

La ley establece una serie de prohibiciones:

- Signos que no puedan ser objeto de marca, porque no cumplan con los requisitos que se han indicado en el epígrafe anterior.
- Signos que no tengan capacidad suficiente para distinguir, por ejemplo, un punto o una línea sin ningún otro elemento caracterizador.
- Signos genéricos por ejemplo chocolate para distinguir “chocolate”y aquellos que se compongan exclusivamente de signos que en el comercio o en el lenguaje corriente hayan llegado a constituir una denominación necesaria o usual de producto o servicio del que se trate, por ejemplo, “Rollitos de primavera” para distinguir productos alimenticios.
- Signos descriptivos: los que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que sirvan en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción del producto o de la prestación del servicio u otras características de los productos o del servicio, por ejemplo, “Edición selecta”, o “Fresas de mayo”.
- Signos engañosos, por ejemplo, “Oleoliva” para distinguir todo tipo de aceites y grasas comestibles.
- Signos contrarios a la Ley o al orden público, por ejemplo, cualquier marca xenófoba o sexista.
- Formas u otras características del producto, que vengan impuestas por razones de orden técnico o por la naturaleza de los propios productos o que afecten a su valor intrínseco, por ejemplo, la representación de una antena parabólica para distinguir antenas parabólicas o la de un limpiaparabrisas para limpiaparabrisas, o la representación de un lapicero sin ningún elemento de fantasía o caprichosa.
- Las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas, los términos tradicionales de los vinos o especialidades tradicionales garantizadas que estén protegidos por normativa nacional, europea o internacional que impida su registro.
- Los signos que consistan o reproduzcan en lo esencial la denominación de una obtención vegetal anterior registrada, cuando se solicite para obtenciones vegetales de la misma especie o estrechamente conexas.
- Determinados signos protegidos legalmente como banderas y escudos de Estados, Comunidades Autónomas, etc., así como aquellos que sean de interés público.



02 Procedimiento

12. ¿Cómo se solicita una marca o un nombre comercial?

Se presenta, personalmente o a través de representante o Agente de la Propiedad Industrial, bien por vía telemática, mediante una solicitud electrónica, a la que se accede a través de la página web de la OEPM (www.oepm.es) o bien mediante una solicitud ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) 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.

13. ¿Qué papel juega el Agente de la Propiedad Industrial en relación con las marcas y nombres comerciales?

El Agente, a cambio de unos honorarios, ofrece sus servicios para asesorar, asistir o representar al solicitante en la obtención de las marcas o nombres comerciales y en la defensa y conservación de los derechos derivados de los mismos.

14. ¿Es obligatorio actuar en la OEPM a través de Agente?

Sólo es obligatorio para los solicitantes que no tengan residencia o un establecimiento serio y efectivo en cualquier país de la Unión Europea.

15. ¿De qué ha de constar la solicitud de una marca o nombre comercial?

La solicitud ha de constar de:

- Instancia.
- Reproducción del signo que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección que se otorga al titular. Por eso, para cada tipo de signo distintivo se aceptan una serie de formatos y tamaños de archivo (más detalle en la [Resolución sobre formatos admitidos](#)).
- Facultativamente, o cuando tratándose de una marca tridimensional, se considere que la reproducción de la marca no muestra suficientemente sus detalles, una descripción de la misma.
- Tasa de solicitud.

16. ¿De qué elementos indispensables ha de constar una solicitud de marca o nombre comercial para obtener una fecha de presentación?

La solicitud ha de constar, como mínimo, de:

- Una declaración por la que se solicite un registro de marca.
- La identificación del solicitante.
- Una reproducción del signo, en alguno de los formatos admitidos.
- Los productos o servicios a los que la marca se aplicará o las actividades en el caso del nombre comercial.
- Posteriormente se podrá completar la solicitud, pero la fecha de presentación será aquella en que se presentaron, al menos, los elementos citados.

17. ¿Se puede presentar la solicitud y demás documentos en idiomas distintos del castellano?

Sí. Los que se presenten en las Oficinas de las Comunidades Autónomas, podrán ser redactados en sus idiomas oficiales distintos del castellano, pero tienen que ser acompañados de la correspondiente traducción al castellano que se considerará auténtica en caso de duda entre ambos textos.

Sin embargo, los que se presenten directamente en la sede de la OEPM deberán estar redactados en castellano.

18. ¿Se puede solicitar información a la OEPM sobre la situación o tramitación de una marca o nombre comercial?

Sí. La OEPM contestará a las preguntas que estén relacionadas con las solicitudes propias. También es posible consultar el estado de un expediente a través de la web: www.oepm.es ("Inicio / Buscar en Bases de Datos / CEO-MIO-Consultas de expedientes de la OEPM"). En el caso en que los trámites se hayan efectuado a través de un Agente de la Propiedad Industrial, éste será el interlocutor ante la OEPM.

19. ¿En qué orden trata la OEPM las solicitudes de las marcas o nombres comerciales?

La OEPM trata y examina las solicitudes por riguroso orden de presentación.

20. ¿Qué es la fecha de prioridad?

Es la fecha en que se presentó una solicitud de marca por primera vez en algún país del mundo adherido al Convenio de la Unión de París.

De acuerdo con éste la fecha de prioridad se extiende a los seis meses posteriores desde la fecha de presentación válidamente obtenida.

21. ¿La OEPM puede dar información sobre la registrabilidad de una marca o nombre comercial?

Sí. La OEPM dispone de un servicio de elaboración de búsquedas a través del cual puede obtenerse información relevante sobre la registrabilidad de un signo. Sin embargo, ese informe no prejuzga las resoluciones que la OEPM pueda adoptar si se presenta una solicitud de marca para proteger el signo en cuestión, o si un Tribunal debe decidir al respecto.

Asimismo en la página web de la OEPM (www.oepm.es), existen varios buscadores de marcas a los que se puede acceder de forma gratuita (“Inicio / Buscar en Bases de Datos / Buscar marcas y nombres comerciales”)

22. ¿Se pueden introducir modificaciones en la solicitud de una marca o nombre comercial en fecha posterior a la presentación de la solicitud?

La solicitud de marca sólo podrá ser modificada, a instancia del solicitante, para rectificar su nombre y dirección, las faltas de expresión o de transcripción o los errores manifiestos, siempre que tal rectificación no afecte sustancialmente al signo solicitado ni amplíe o cambie la lista de productos o servicios.

23. Se puede dar a conocer públicamente una marca antes de la presentación de la solicitud?

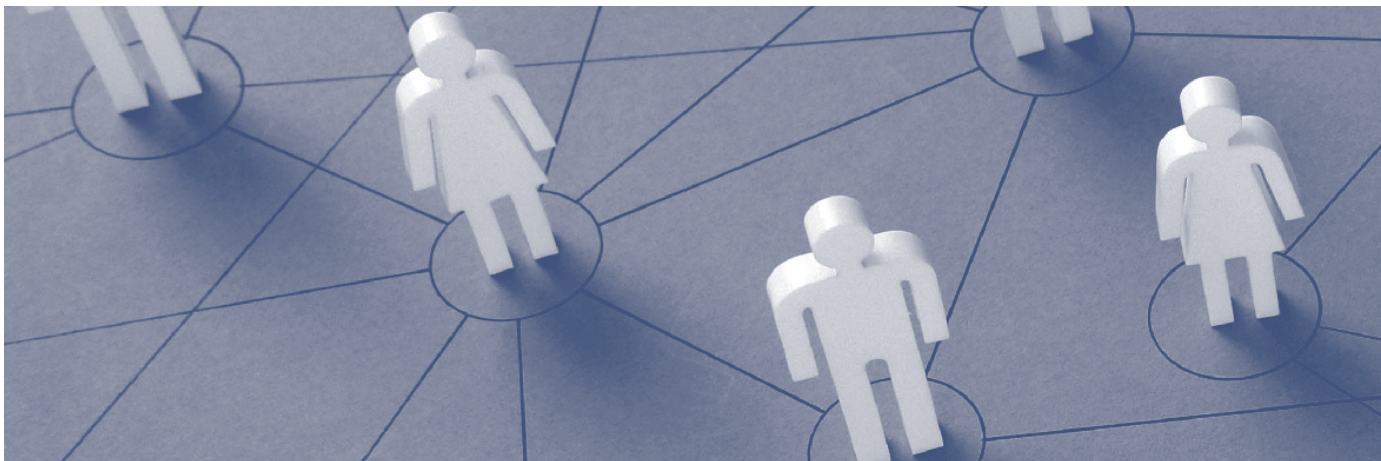
Sí, pero es conveniente solicitarla antes de divulgarla, para evitar que un tercero pueda presentar una solicitud idéntica o similar antes que nosotros.

24. ¿Qué ocurre si no se subsanan los defectos de una solicitud en los plazos establecidos por la OEPM?

La solicitud será tenida por desistida total o parcialmente, según la naturaleza de los defectos en cuestión.

25. Si ha decidido proteger su marca, ¿es importante presentar la solicitud cuanto antes?

Sí. De esta manera se obtiene una fecha de presentación de la solicitud que le otorga ventaja frente al que solicite posteriormente una marca idéntica o similar.



03 Búsquedas

26. ¿Es aconsejable pedir una búsqueda de anterioridades ante de presentar una solicitud?

Sí. Antes de presentar una solicitud conviene hacer una búsqueda para localizar marcas o nombres comerciales solicitados o registrados anteriormente y que distingan productos o actividades idénticos o similares, de este modo se obtiene una idea sobre la probabilidad de registro de la marca.

De forma orientativa puede utilizar el “localizador de marcas” gratuito disponible en la web de la OEPM: <http://consultas2.oepm.es/LocalizadorWeb/>

27. Si en la búsqueda no se encuentra ninguna marca o nombre comercial igual o similar, ¿se puede asegurar que la solicitud será concedida, o que no se viola otras marcas o nombres comerciales?

No. La búsqueda de marcas y nombres comerciales iguales o parecidos solicitados o concedidos con anterioridad, puede servir para dar un conocimiento bastante amplio de lo que ha sido protegido, pero no puede garantizar que la marca y el nombre comercial vayan a ser concedidos y que no se lesionen derechos de terceros si se empiezan a explotar.



04 Protección en el extranjero

28. Una marca o un nombre comercial concedidos en España, ¿son protegidos en el extranjero?

No. El signo sólo está protegido en España.

29. ¿Cómo proteger la marca en el extranjero?

La protección en el extranjero se obtiene de varias formas:

1. **DIRECTAMENTE** país por país, depositando las correspondientes solicitudes en cada uno de los países en los que se quiere registrar la marca.
2. Mediante una **MARCA INTERNACIONAL**. Por este procedimiento, regulado por el **Arreglo de Madrid y en su Protocolo** se puede obtener protección en más de 120 países depositando una única solicitud, en la OEPM para su traslado a la Oficina Internacional de OMPI (Ginebra), teniendo el registro los mismos efectos que si la solicitud hubiese sido presentada en cada uno de los países designados. Tras ser recibida en la OMPI la solicitud es enviada a los países designados en los que comienza su tramitación nacional pudiendo ser concedida o denegada independientemente en cada uno de ellos.

La duración de este registro es de 10 años renovables indefinidamente.

3. Mediante una **MARCA DE LA UNIÓN EUROPEA**

Procedimiento regulado por el Reglamento de la Marca de la Unión Europea que establece la posibilidad de obtener mediante una única solicitud, que deberá presentarse ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) con sede en Alicante, protección en la totalidad de los países de la Unión Europea.

La Marca de la Unión Europea tiene un carácter unitario y produce el mismo efecto en todo el territorio de la Unión.

La duración de este registro es de 10 años renovables indefinidamente.

05 Titularidad y transmisión

30. ¿Puede solicitarse una marca o un nombre comercial a nombre de una empresa?

Sí. El solicitante puede ser una persona natural o jurídica, también pueden ser titulares una pluralidad de personas.

31. ¿Se puede vender o transmitir una solicitud de marca o nombre comercial?

Sí. Los derechos sobre una solicitud, o una marca o nombre comercial son transmisibles por todos los medios reconocidos por el derecho. Para que tengan efecto frente a terceros, los actos de transmisión deben ser inscritos en la OEPM.

Cuestiones Básicas acerca de Marcas y Nombres Comerciales

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): 116-19-067-9

NIPO (en línea): 116-19-068-4

D.L.: M 28922-2014



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas