

SPANISH DAY

Día nacional de la marca y diseño comunitarios

28 de noviembre de 2012

Lugar: Sala de Usos Múltiples
Oficina Española de Patentes y Marcas

11.30h Inauguración

Patricia García-Escudero
DIRECTORA GENERAL OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS

Antonio Campinos
PRESIDENTE DE LA OFICINA DE ARMONIZACIÓN DEL MERCADO INTERIOR

11.45h Estrategia de la OAMI para reforzar la Propiedad Industrial en Europa

Antonio Campinos
PRESIDENTE DE LA OFICINA DE ARMONIZACIÓN DEL MERCADO INTERIOR

12.15h Creación de la Red de Marcas y Diseños Europeos

- Fondo de cooperación y Programa de Convergencia
Inge Buffolo. *JEFE SERVICIO RELACIONES INSTITUCIONALES (OAMI)*
- Observatorio Europeo para la Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial
Luis Berenguer. *MIEMBRO DEL GABINETE DEL PRESIDENTE (OAMI)*

13:00 h Oficina Española de Patentes y Marcas

- Protección de Marca y Diseño nacionales
José M^a del Corral. *SUBDIRECTOR ADJUNTO DEP. SIGNOS DISTINTIVOS*
- Contribución de la OEPM a la Red de Marcas y Diseños Europeos
Ana Urrecha. *JEFE SERVICIO RELACIONES INTERNACIONALES*

13:30h Estrategia de gestión en la empresa: Casos de éxito

ISDIN
Rosalía Salvia

MUSTANG
Santiago Ros
DIRECTOR DEPARTAMENTO JURÍDICO

14:00 h Coloquio

14:20 h Clausura

Enrique Hernández Bento
SUBSECRETARIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

14:30 h Vino español



OFICINA DE ARMONIZACIÓN
DEL MERCADO INTERIOR
(MARCAS, DIBUJOS Y MODELOS)

Fondo de Cooperación Programa de Convergencia

Breve descripción y estado actual



Europeanmdn
European Trade Mark and
Design Network

Visión General



Convergencia de Prácticas
Herramientas comunes



Visión General





Programa del Fondo de Cooperación



23
Oficinas
Nacionales

11
Asociaciones
de Usuarios

&

Participan en los Grupos de Trabajo del Fondo de Cooperación

2.14 Paquete de software futuro

1.2.10 CESTO

1.2.9 Similitud

1.1.4 Antigüedad

1.2.7 Encuesta común de satisfacción de los usuarios

3.20 Aprendizaje electrónico

3.21 Herramienta común de atención telefónica

1.2.5 Normas de calidad

1.2.6 Metodología de predicción armonizada para marcas, dibujos y modelos

4.22 Base de datos de apoyo al Cumplimiento de derechos de propiedad industrial

4.23 Herramienta de apoyo a la inteligencia en materia de falsificación

1.2.11 Acceso común a las aplicaciones

1.1.1 Búsqueda de imágenes

1.1.2 TMview

1.2.8 DesignView

1.1.3 Euroclass



OFICINA DE ARMONIZACIÓN
DEL MERCADO INTERIOR
(MARCAS, DIBUJOS Y MODELOS)

Programa de Convergencia



95

Grupos individuales
de trabajo de
las 25 oficinas
nacionales
Europeas

9

Asociaciones
de usuarios
como
observadores

4

Oficinas
no UE como
observadores

&



5

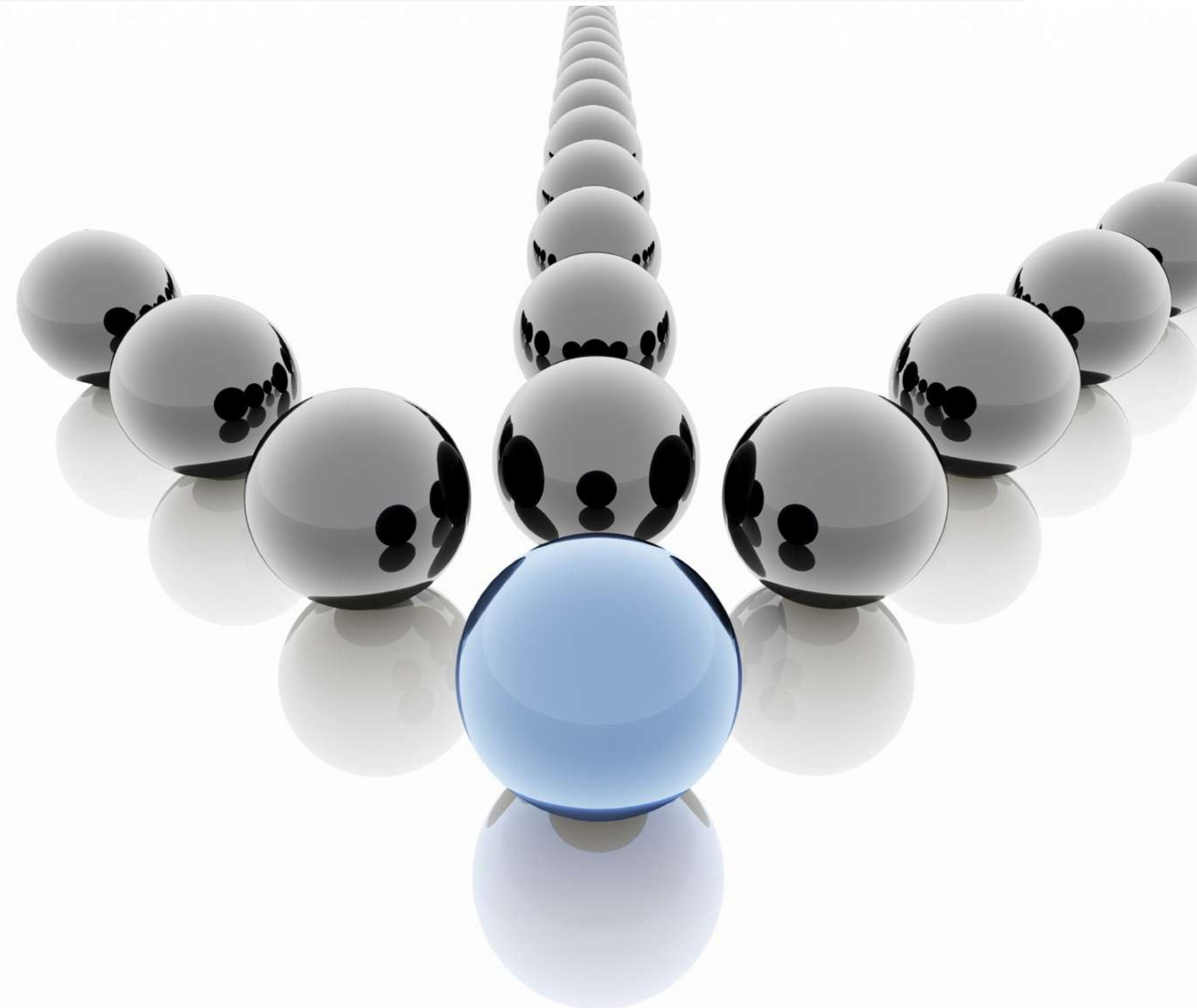
proyectos activos

- CP1. Armonización de la clasificación
- CP2. Convergencia de prácticas en materia de encabezamientos de clase
- CP3. Motivos de denegación absolutos – Marcas figurativas
- CP4. Alcance de la protección de las marcas en blanco y negro
- CP5. Motivos de denegación relativos- Riesgo de confusión

Progreso

CP1. ARMONIZACIÓN DE LA CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Ahora armonizados en IE, IT, MT, PT, ES, SE, UK, BX, OAMI
- Armonización prevista en los próximos seis meses con DE, SK, BG, GR, PL, HR, EE, CZ
- Taxonomía
- Indicaciones generales de encabezamientos de clase



Progreso

CP2. CONVERGENCIA DE PRÁCTICAS EN MATERIA DE ENCABEZAMIENTOS DE CLASE

- El grupo de trabajo cuenta con representantes de 24 oficinas nacionales
- Acuerdo a nivel técnico para usar la taxonomía para definir ámbitos de clase
- Trabajo reconocido y confirmado en la Reunión de Enlace sobre Marcas, 10 de noviembre
- Aprobado en la reunión del Consejo de Administración, 13 de noviembre



CP3 - CP4 - CP5

- **Motivos de denegación absolutos – Marcas figurativas**
- **Alcance de la protección de las marcas en blanco y negro**
- **Motivos de denegación relativos- Riesgo de confusión**





OFFICE FOR HARMONIZATION IN THE INTERNAL MARKET
(TRADE MARKS AND DESIGNS)

El Observatorio Europeo

28 Noviembre 2012

www.oami.europa.eu

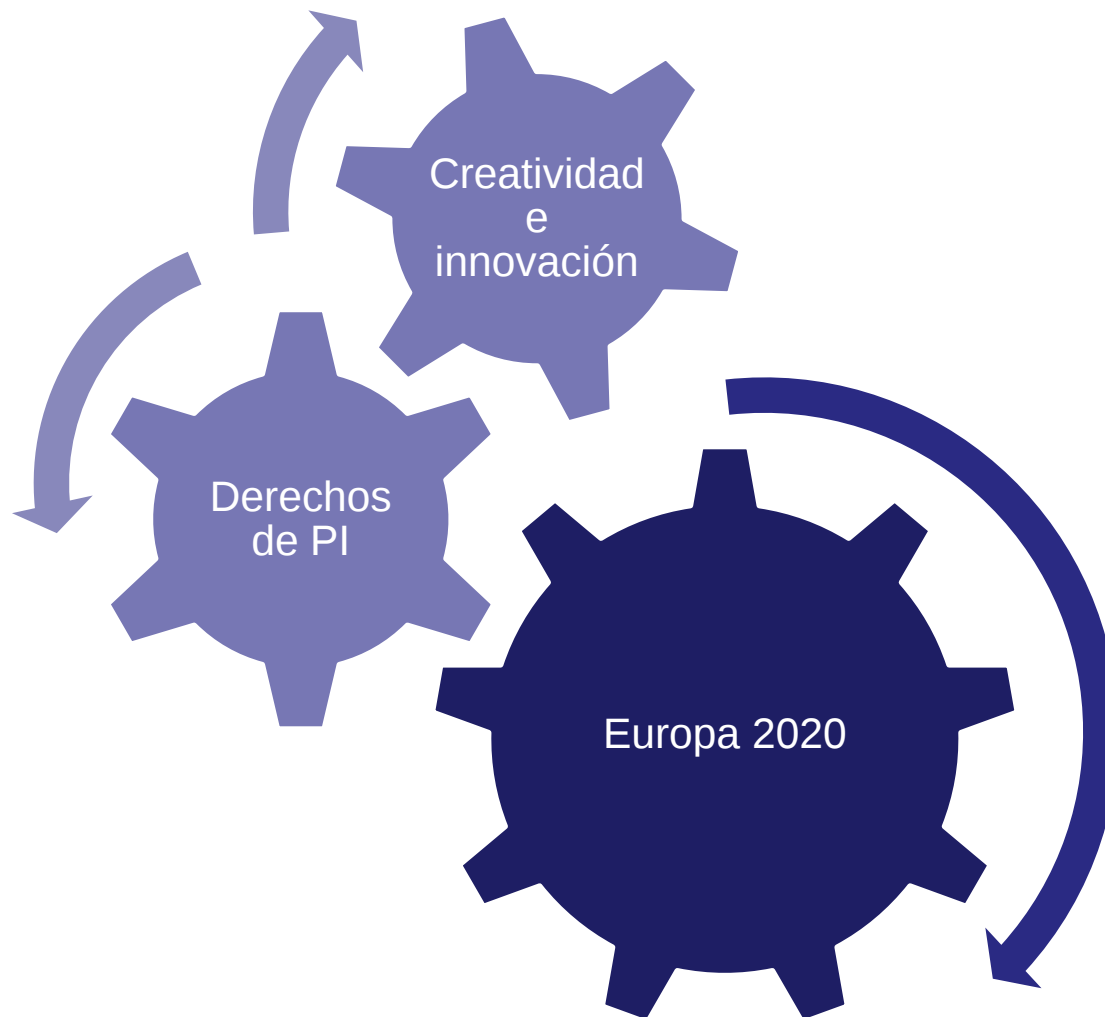
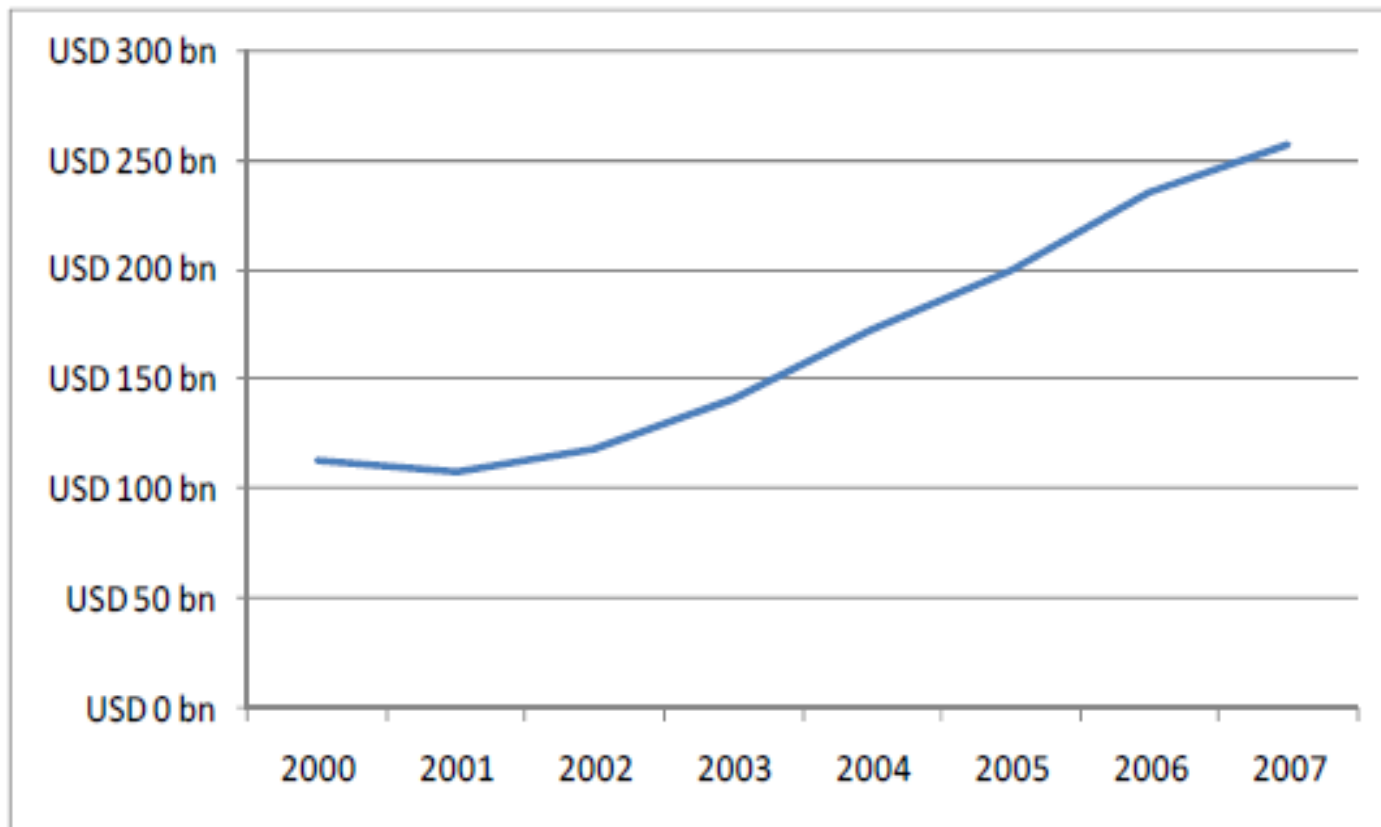




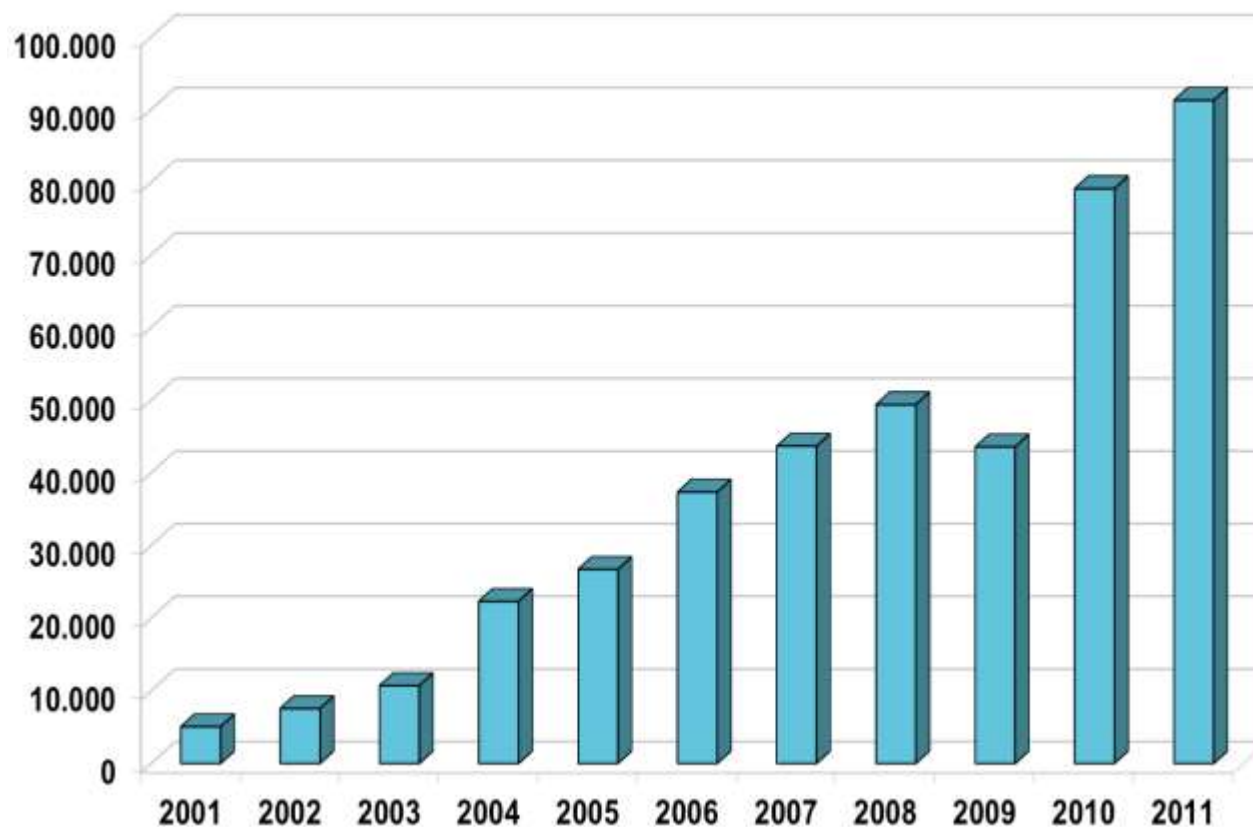
Figure 1: Evolution of trade in counterfeit and pirated products (upper limit)



Source: OECD



Number of registered cases



Source: European Commission



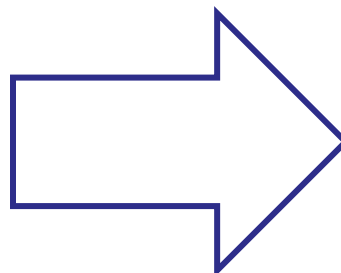
Falta de datos

Insuficiente conocimiento de la
materia

Falta de
coordinación

Uso insuficiente de la TI

Falta de concienciación de los
consumidores



Daño significativo para

- Economía europea
- Salud y seguridad de los
ciudadanos europeos



La red europea

- Estados miembros
- Parlamento Europeo
- Comisión
- Sector privado
- Consumidores
- Sociedad civil





- Reglamento (UE) n° 386/2012

«por el que se encomiendan a la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) funciones relacionadas con el respeto de los derechos de propiedad intelectual, entre otras la de congregar a representantes de los sectores público y privado en un Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de Propiedad Intelectual.»



Actividades principales

- Mejorar la comprensión del valor de la propiedad intelectual
- Contribuir a sensibilizar a la opinión pública
- Aumentar los conocimientos en PI de las autoridades responsables en los EM
- Crear bases de datos y sistemas online que mejoren el intercambio de la información
- Identificar y promover las mejores prácticas



EU OBSERVATORY

EUROPEAN OBSERVATORY ON INFRINGEMENTS
OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS



OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS
EUROPEAN OBSERVATORY ON INFRINGEMENTS
EU OBSERVATORY



Programa de trabajo 2013

- Amplia consulta
- Discusión en reunión plenaria
- Presentación al CA de la Oficina





Enfoque

- Llevar a cumplimiento los proyectos en curso
- Adquirir conocimiento necesario

...con el fin de

- Dibujar un plan estrategico





OFFICE FOR HARMONIZATION IN THE INTERNAL MARKET
(TRADE MARKS AND DESIGNS)

Proyectos

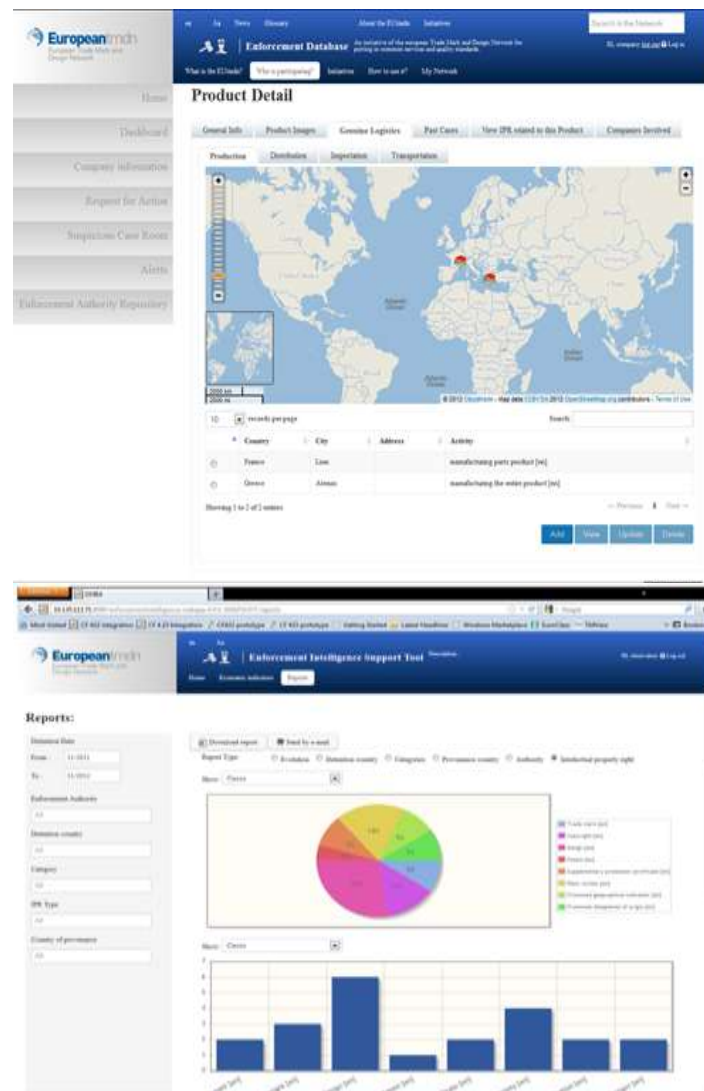




- Mayor relieve a los aspectos positivos de la contribución de la PI a la economía y a la sociedad en su conjunto
- Los ciudadanos europeos y la propiedad intelectual: conocimiento, comprensión, actitud e interés
- Definir e implementar campañas



- Herramientas de recogida y análisis de datos
- Sistemas de intercambio de información





- Seminarios de formación
 - Jueces
 - Funcionarios de aduanas
 - Funcionarios de policía
- Formación a distancia
- Investigación e intercambio de buenas practicas





OFFICE FOR HARMONIZATION IN THE INTERNAL MARKET
(TRADE MARKS AND DESIGNS)

Gracias

PROTECCION DE MARCA Y DISEÑO NACIONALES

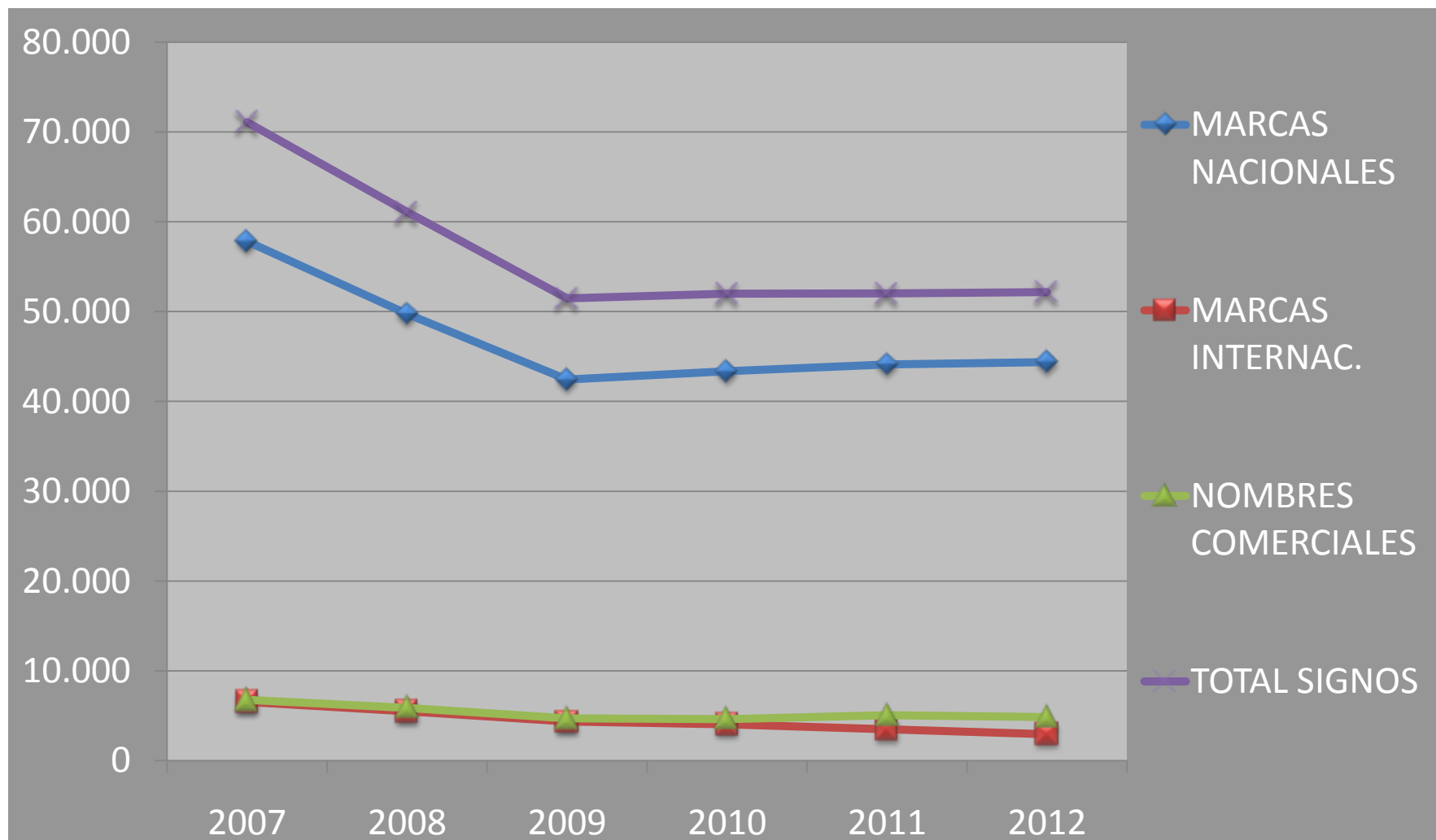
José María del Corral
Subdirector General Adjunto
Departamento de Signos Distintivos
Oficina Española de Patentes y Marcas

TOTAL SOLICITUDES SIGNOS DISTINTIVOS

AÑO	2007	2008	% 2008/2007	2009	% 2009/2008	2010	% 2010/2009	2011	% 2011/2010	2012*	% 2012/2011
MARCAS NACIONALES	57.833	49.750	- 14%	42.437	- 15%	43.364	2,2%	44.116	1,7%	44.377	0,59%
MARCAS INTERNAC.	6.520	5.485	-16%	4.342	- 21%	4.025	- 7,3%	3.485	- 16%	2.946	- 15%
NOMBRES COMERCIALES	6.750	5.865	- 13%	4.694	- 20%	4.602	- 2,0%	5.062	10%	4.850	- 4,2%
TOTAL SIGNOS	71.103	61.100	- 14%	51.473	-15,7%	51.991	1%	52.034	0,08%	52.173	0,26%

* Los datos de 2012 son proyecciones hasta final de año.

GRAFICA SOLICITUDES SIGNOS DISTINTIVOS



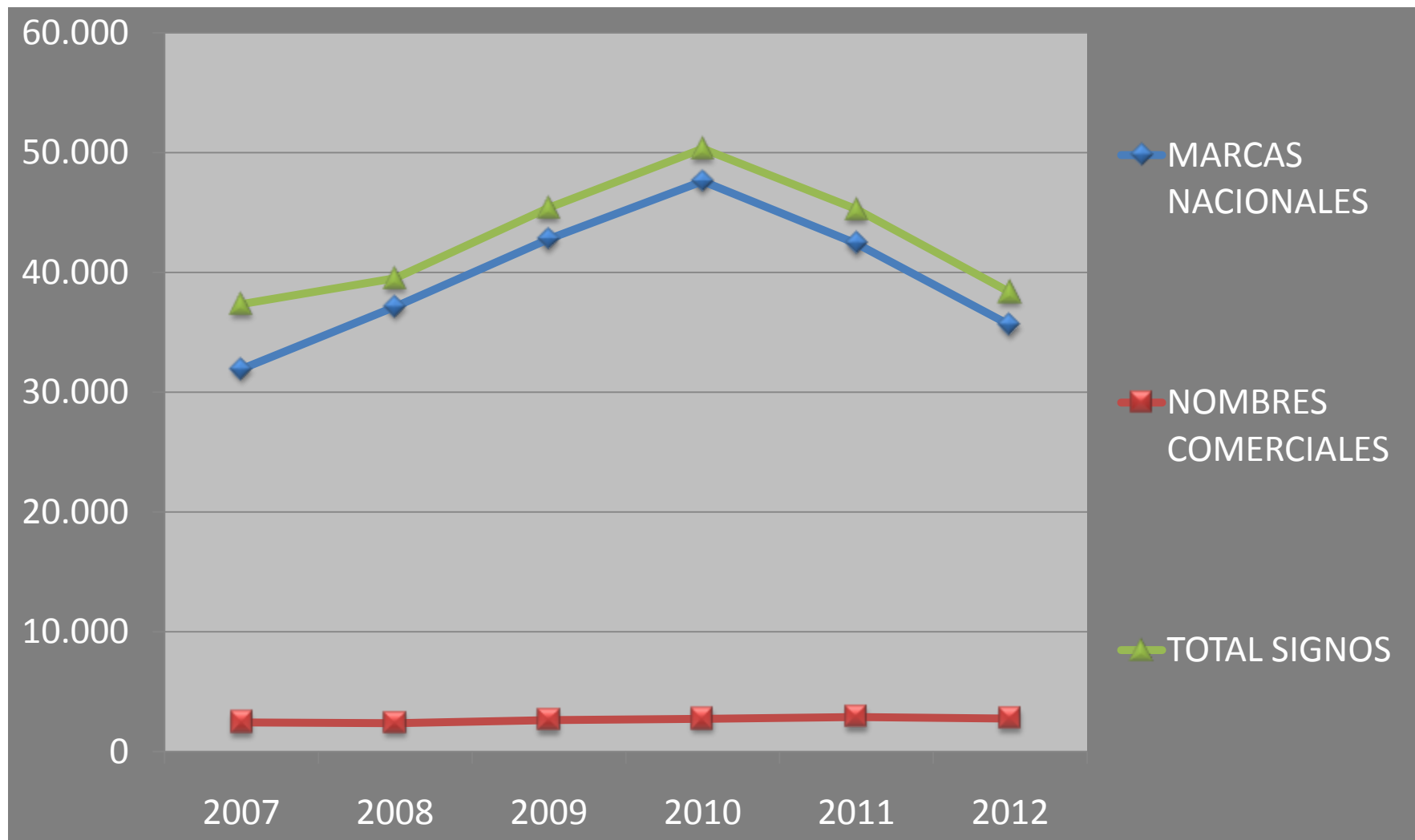
PERDIDA 2007 A 2012 → **26,62 %**

TOTAL RENOVACIONES SIGNOS DISTINTIVOS

AÑO	2007	2008	% 2008/2007	2009	% 2009/2008	2010	% 2010/2009	2011	% 2011/2010	2012*	% 2012/2011
MARCAS NACIONALES	34.943	37.151	6,3%	42.789	15%	47.618	11%	42.409	- 10,9%	35.603	- 16%
NOMBRES COMERCIALES	2.423	2.369	- 2,2%	2.618	-10,5%	2.731	4,3%	2.874	5,2%	2.750	- 4,3%
TOTAL SIGNOS	37.366	39.520	5,7%	45.407	14,8%	50.349	10,8%	45.283	- 10%	38.353	- 15,3%

* Los datos de 2012 son proyecciones hasta final de año.

GRAFICA RENOVACIONES SIGNOS DISTINTIVOS



RESOLUCIONES SOLICITUDES DE REGISTRO (CIFRAS):

SOLICITUDES	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
MARCAS NACIONALES	56.152	52.326	66.366	51.503	43.551	44.952	38.568
MARCAS INTERNACIONALES	8.312	6.371	6.086	6.319	4.367	3.672	2.824
NOMBRES COMERCIALES	4.916	6.363	6.979	5.509	4.649	5.246	4.215
TOTAL	69.380	65.060	79.431	63.331	52.567	53.870	45.607

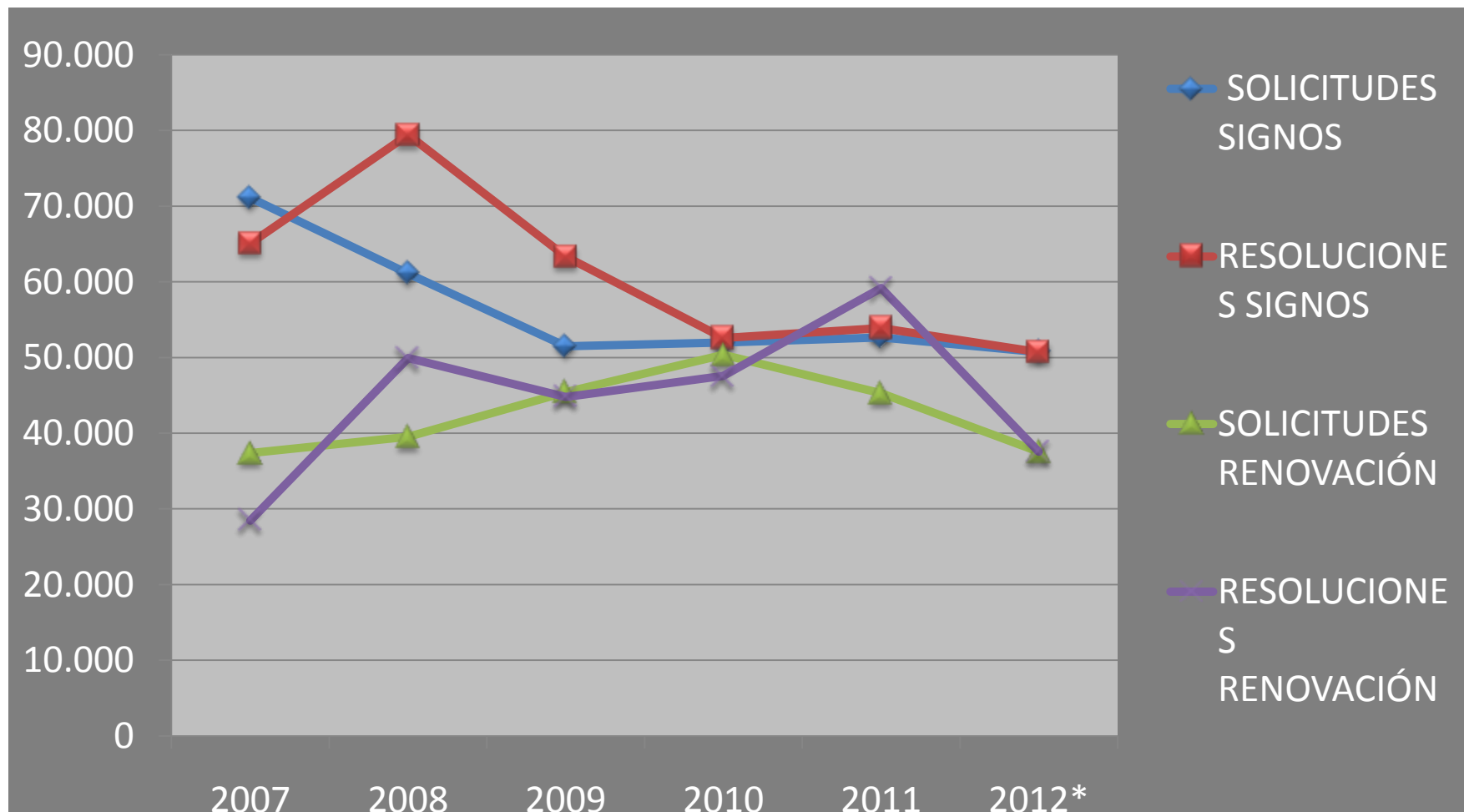
*LOS DATOS DE 2012 SON HASTA EL 31 DE OCTUBRE.

RESOLUCIONES RENOVACIONES (CIFRAS):

SOLICITUDES	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
MARCAS NACIONALES	33.381	26.302	47.376	41.220	44.950	56.145	32.842
NOMBRES COMERCIALES	2.756	2.152	2.566	3.551	2.623	3.047	2.547
TOTAL	36.137	28.454	49.942	44.771	47.573	59.192	35.389

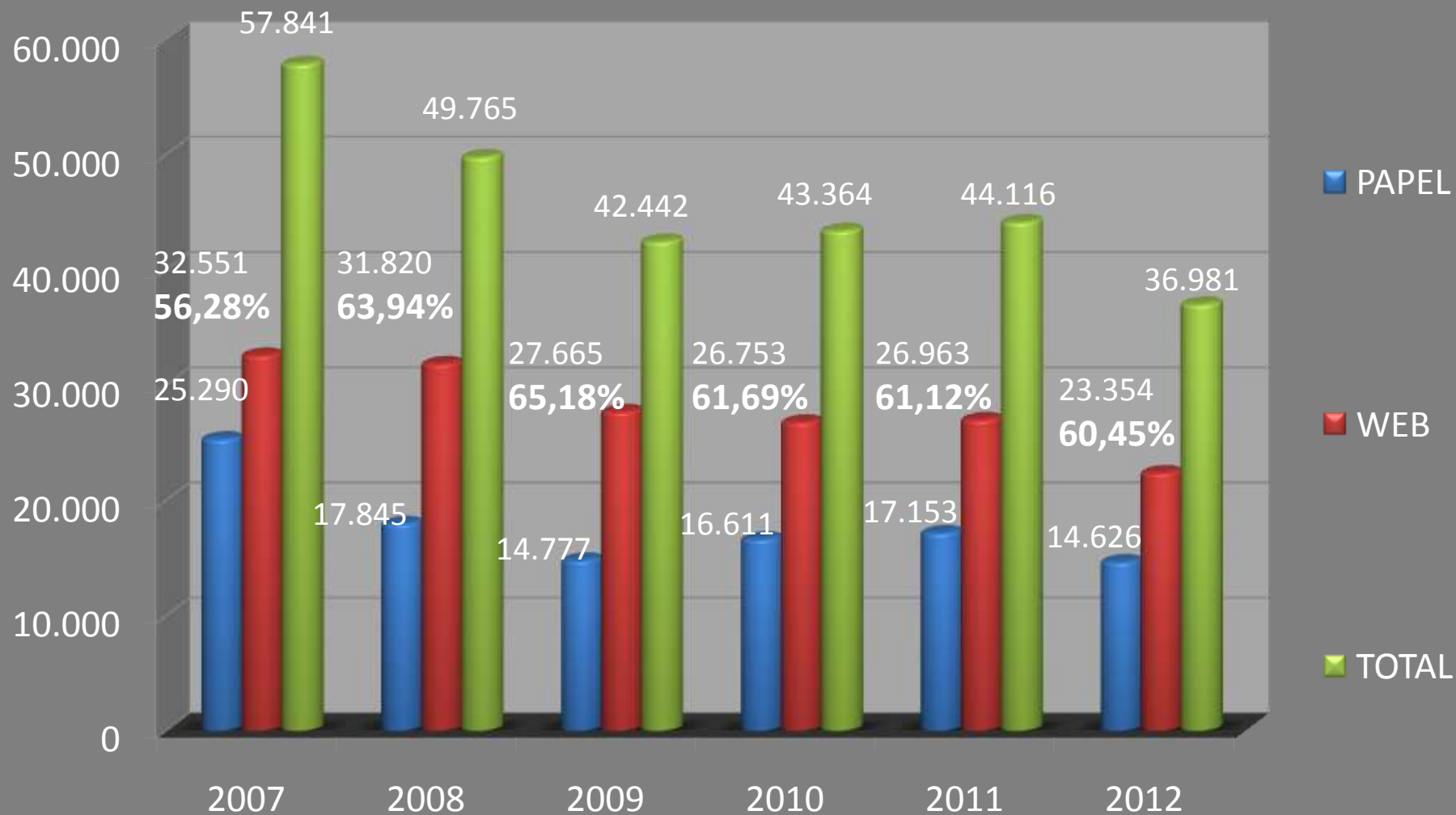
*LOS DATOS DE 2012 SON HASTA EL 31 DE OCTUBRE.

5.- COMPARACIÓN SOLICITUDES Y RESOLUCIONES

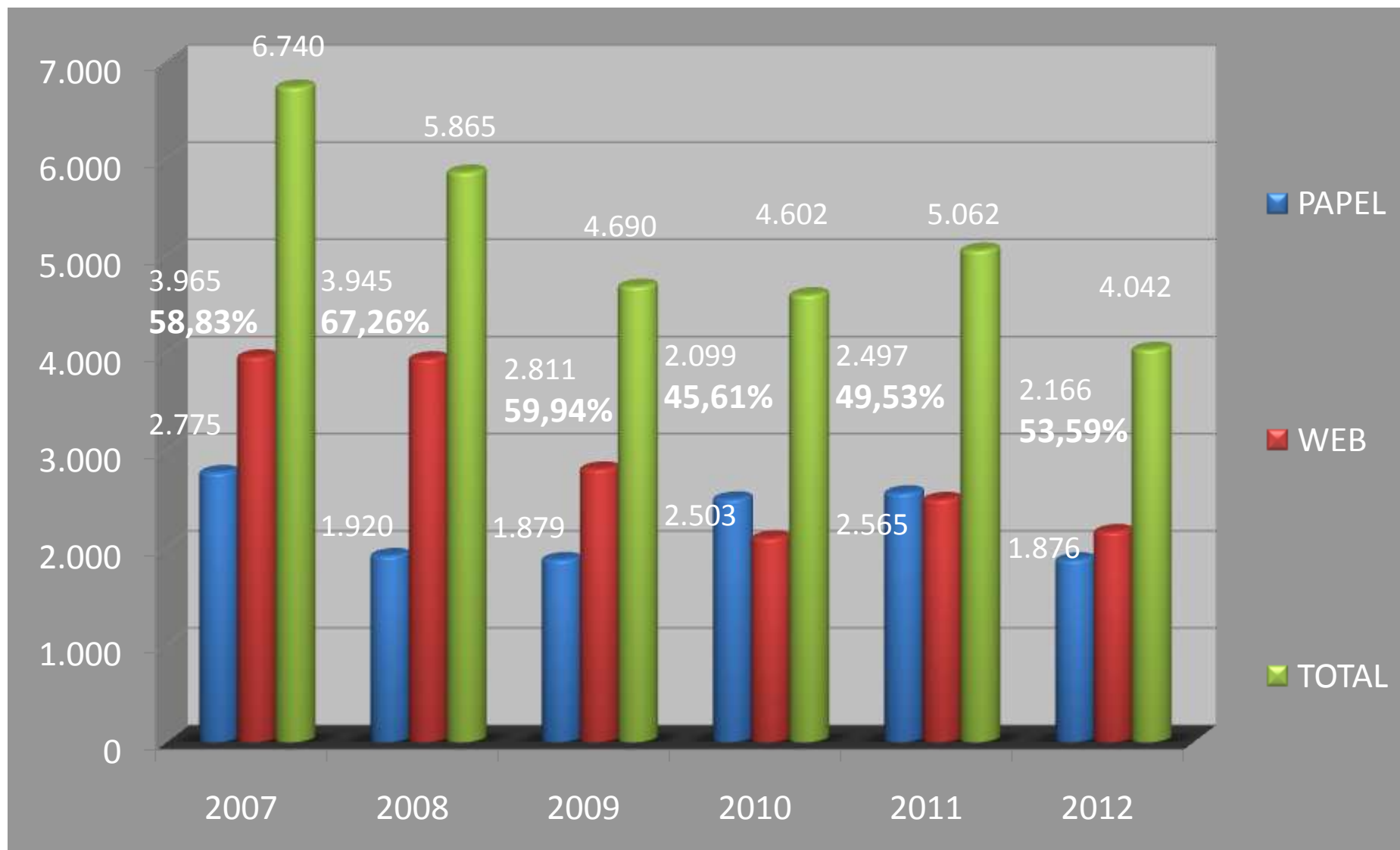


*LOS DATOS DE SOLICITUDES Y RENOVACIONES 2012 SON UNA PREVISIÓN.
LOS DATOS DE RESOLUCIONES SE HAN HECHO COINCIDIR CON LOS DATOS DE ENTRADA.

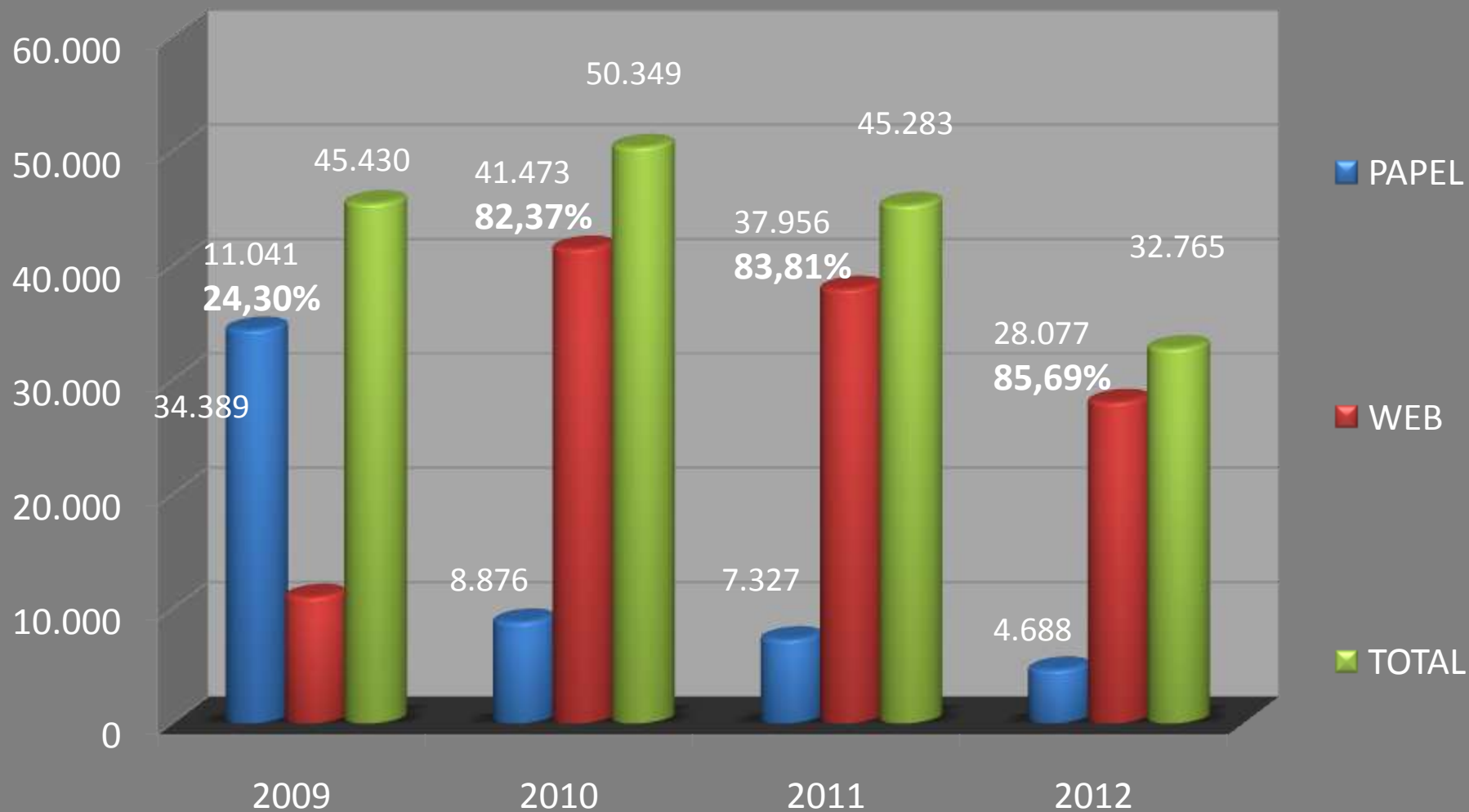
PRESENTACION ELECTRÓNICA SOLICITUDES MARCAS



PRESENTACION ELECTRÓNICA SOLICITUDES NOMBRES COMERCIALES



PRESENTACION ELECTRÓNICA RENOVACIONES



PLAZOS RESOLUCIÓN SOLICITUDES DE REGISTRO

1.- RESOLUCIONES DIRECTAS

AÑO	TIEMPO (en meses)
2006	6,70
2007	7,43
2008	6,78
2009	5,36
2010	4,37
2011	4,60
2012*	4,29

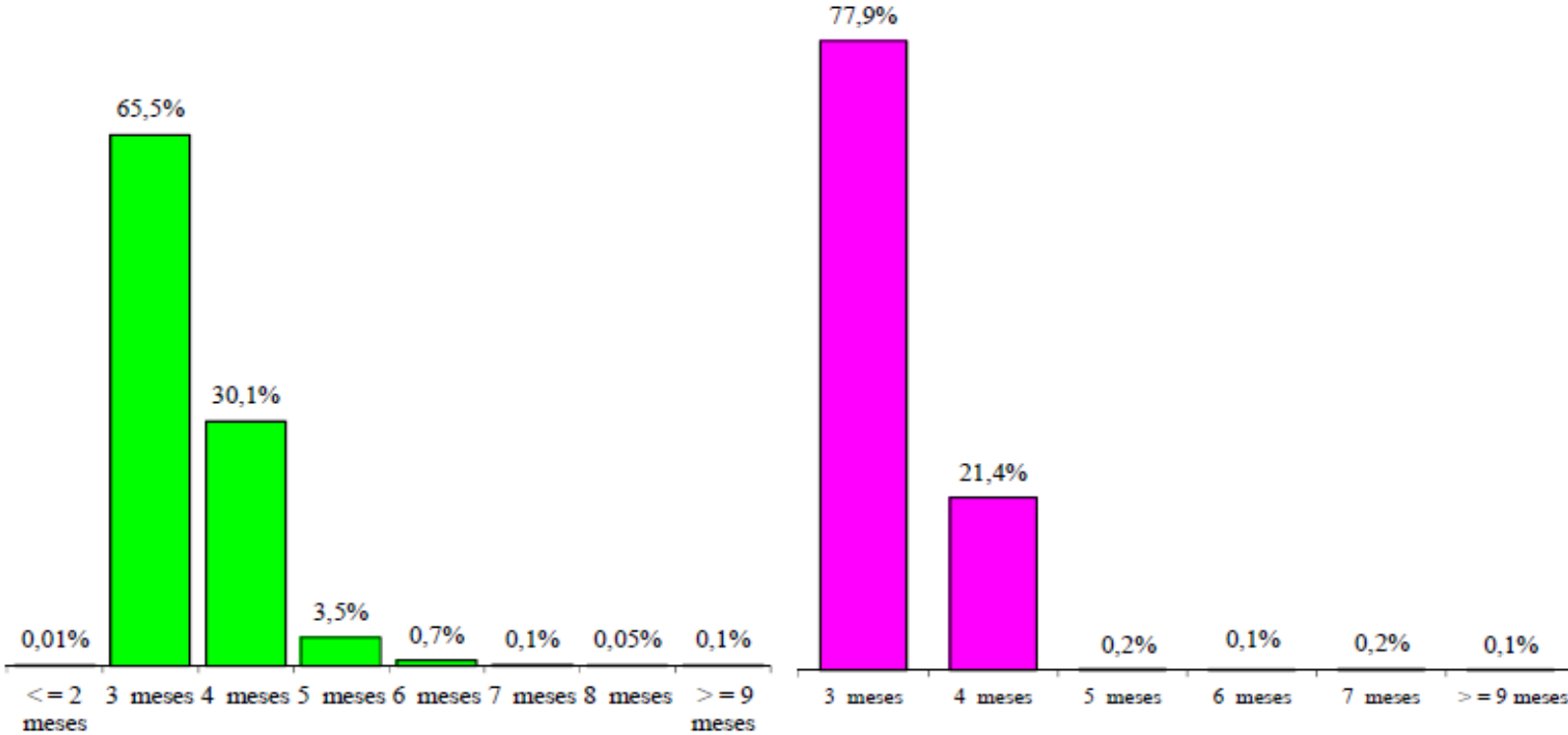
2.- RESOLUCIONES TRAS SUSPENSO POR OPOSICIÓN O DEFECTO DE FONDO

AÑO	TIEMPO (en meses)
2006	11,74
2007	12,29
2008	12,03
2009	8,75
2010	6,61
2011	6,94
2012*	6,24

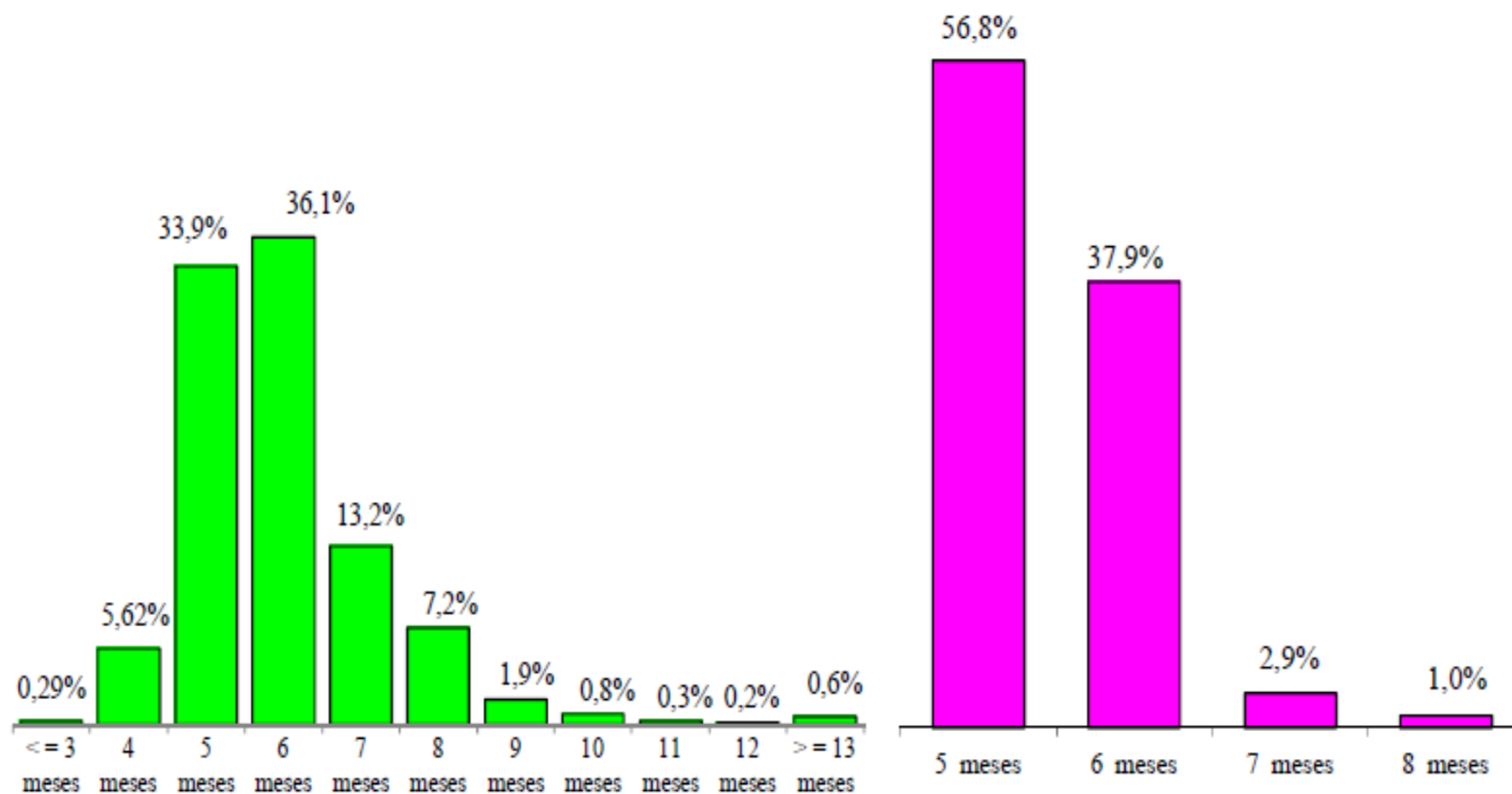
*LOS DATOS DEL AÑO 2012 CORRESPONDEN AL MES DE OCTUBRE

MODA RESOLUCIONES DIRECTAS (AL 30/06/2012)

GRAFICO



MODA RESOLUCIONES CON OPOSICIONES O DEFECTOS DE FONDO (AL 30/06/2012) GRAFICO



SOLICITUDES DE DISEÑO INDUSTRIAL (2007-2012)

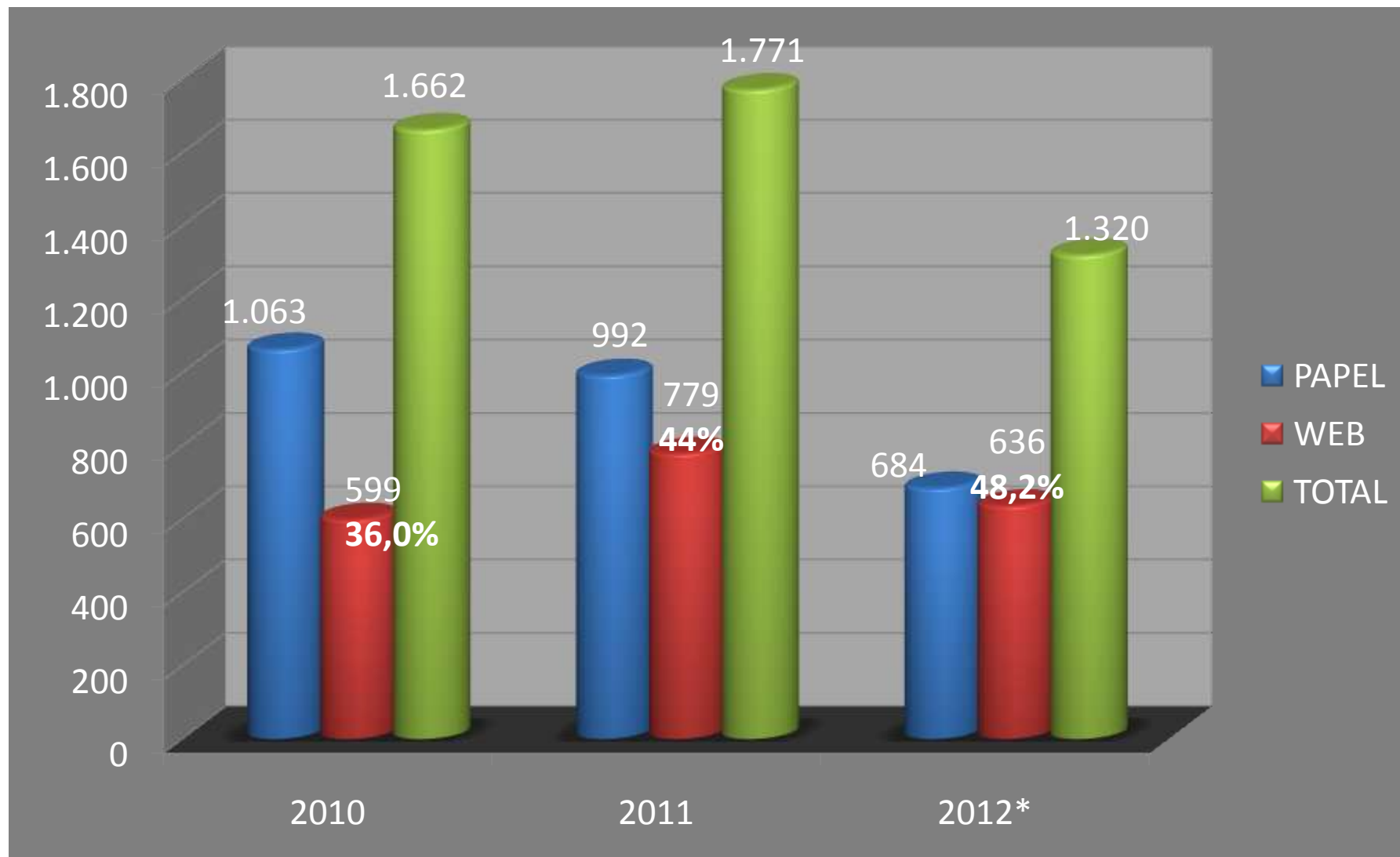
AÑO	2007	2008	% 2008/2007	2009	% 2009/2008	2010	% 2010/2009	2011	% 2011/2010	2012*	% 2012/2011
EXPEDIENTES	1.525	1.414	- 7,2%	1.529	8,1%	1.662	8,7%	1.772	6,6%	1.584	- 10,6%
DISEÑOS	10.373	11.244	8,3%	13.141	16,9%	14.769	12,4%	18.594	25,9%	17.393	- 6,4%
RATIO	6,8	7,9	16%	8,6	8,8%	8,9	3,5%	10,5	20%	10,9	3,8%

* Los datos de 2012 son proyecciones hasta final de año.

COMENTARIO:

- La media expedientes (Modelos y Dibujos) en periodo 1998-2002 fue de 3.500.
- La ratio de diseños por expediente en dicho periodo puede estimarse en 3
- Conclusión: no han bajado las solicitudes de diseños. La nueva Ley de diseño de 2003 ha propiciado que bajen los expedientes, pero que suban los diseños protegidos.

PRESENTACIÓN ELECTRÓNICA SOLICITUDES DE DISEÑO



DATOS DE 2012 HASTA 31 OCTUBRE

DISEÑOS INDUSTRIALES
VÍA NACIONAL EN ESPAÑA

SECTORES MAS ACTIVOS EN OEPM

**CREACIONES
BIDIMENSIONALES**

PAPELERÍA = 32%

TEXTILES = 22%

JUGUETES = 10%

TOTALES = 23%

**CREACIONES
TRIDIMENSIONALES**

MOBILIARIO= 14%

ELEMENTOS
CONSTRUCCION 11%

ENVASES= 10,5%

TOTALES = 77%

PORCENTAJES



CONTRIBUCIÓN DE LA OEPM A LA RED DE MARCAS Y DISEÑOS EUROPEOS

RED DE MARCAS Y DISEÑOS EUROPEOS

FONDO DE
COOPERACIÓN



PROGRAMA DE
CONVERGENCIA



LEGISLACIÓN

PROMOCIÓN Y
DIFUSIÓN DE LOS
SISTEMAS DE
MARCAS, DIBUJOS Y
MODELOS
COMUNITARIOS



FONDO DE COOPERACIÓN

- MODERNIZAR
- ARMONIZAR
- FACILITAR A LOS USUARIOS

TM VIEW

- Buscador de marcas
- Gratuito
- 24x7
- 22 idiomas: español
- 23 Oficinas (OEPM, OAMI, OMPI..)
- Actualización diaria
- 9.178.904 marcas (22.11.2012)
- Recibir actualizaciones

EUROCLASS

- Buscador
- Clasificación de Niza
- Gratuito
- 24x7
- 8 oficinas armonizadas
- Búsqueda en español (OAMI-OEPM)

16 GT

- Búsqueda de imágenes
- Normas de calidad
- Metodología de predicción
- Encuesta de satisfacción
- Designview
- Similitud
- E- learning
- BdD cumplimiento derechos PI
- Herramienta antifalsificación
- CESTO
- Common Gateway

Nos complace presentarle las herramientas desarrolladas por la OAMM y las oficinas europeas de PI, en colaboración con las asociaciones de usuarios. Queremos recordarle que estas herramientas dependen, en algunos casos, de las bases de datos de los miembros de la red, que no siempre funcionan igual ya que no todas las oficinas europeas utilizan todas las herramientas, por eso es posible que su información todavía no aparezca.

- ✓ Trabaja para ofrecer el mejor servicio, pero eso lleva tiempo y algunas de estas herramientas y fuentes de información son muy recientes
- ✓ Contare con nosotros para mejorarlas.
- ✓ Si observa que falta algo, encuentra algún error u obtiene un resultado inesperado, póngase en contacto con nosotros haciendo clic en el botón de calificación sobre la clase de problema que ha experimentado.



www.tmdn.org

Buscar

Herramientas para la búsqueda de marcas, dibujos y modelos, y de productos y servicios.

TMVIEW

Herramientas de diagnóstico de fuerzas entras



Euroclass

Base de datos común para la clasificación de productos y servicios



Designview

Reserva común de los cuerdos de dulces y modelos



Descubrir

DESCUBRE
Herramientas para explorar marcas, servicios y normas de calidad

Quality

Implementación de normas de calidad para marcas, dibujos y modelos

Similarity

Herramientas con las que se hizo el estudio de productos y servicios



CESTO

Herramienta común de ayuda a los examinadores



Aprender Aprendizaje en línea para las Pymes

IP Formación electrónica
fácil y concisa
para PYME



Future Software Package

Future Software Package
 Development of a new version, incorporating the latest trends, and changing models.

Prácticas convergentes

Programa de Convergencia

Hacia la convergencia de utilidades comunes

Initiatives index

Maximize Index

Aporese de EUmido ¿Qué es el EUmido? ¿Cuál es el clima? Iniciativa

Compatibilidad | Protección de datos

Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos)

diversidade de Europa, 4
E-00000 (cancas) (2000)

Centro de Información: +34 96 219 9100
✉ Comisiones@cega.es

[⬆ Volver arriba](#)



FONDO DE COOPERACIÓN-TM VIEW

TMview

Español (es)

[Inicio](#) [Acerca de](#) [Noticias](#) [Contacto](#) [Ayuda](#) [Preguntas más frecuentes](#) [Tutoriales](#) [Consultas](#)

[Iniciar sesión](#) | [Registrarse](#)

Compartir con un amigo

Añadir TMview a mis favoritos

Más enlaces

euroclass

Información sobre la oficina

Número de marcas en
TMview : 9178904

Buscar término

p.ej. tm:COLA*, tm:*COLA, tm:CO*A Y anm:COLA

Buscar

Búsqueda avanzada

Recomendación del día

En el campo de búsqueda, utilice AND o OR (con mayúsculas) para que la búsqueda cumpla dos o más criterios o para combinar varios criterios.

¿Qué es TMview?

TMview muestra información sobre marcas. Es una aplicación:

- De uso gratuito.
- Disponible 24 horas al día, siete días a la semana.
- Actualizada diariamente por las oficinas de marcas nacionales.
- Disponible en 22 lenguas.

¿Cómo puede ayudarle TMview?

Utilice TMview para:

- Comprobar si está disponible el nombre que ha ideado usted para una marca.
- Buscar los productos y servicios protegidos por las marcas de sus competidores.
- Recibir actualizaciones de las marcas seleccionadas referidas al cambio de situación, al cambio de nombre o a la terminación del período de oposición.

**895.353 marcas, nombres
comerciales y rótulos (todavía
vigentes) españoles**

Oficinas de marcas

• OPA	Austria	• PRH	Finland	• IPRDMT	Malta
• BPO	Bulgaria	• INPI	France	• PPO	Poland
• BOIP	Benelux	• UKIPO	United Kingdom	• INPIPT	Portugal
• MCIT	Cyprus	• GGE	Greece	• OSIM	Romania
• IPOCZ	Czech Republic	• HIPO	Hungary	• PRV	Sweden
• DPMA	Germany	• IEIPO	Ireland	• SKIPO	Slovakia
• DKPTO	Denmark	• UIBM	Italy	• SIPO	Slovenia
• EPA	Estonia	• VPB	Lithuania	• OHIM	OHIM
• OEPM	Spain	• LRPV	Latvia	• WIPO	WIPO

Noticias

Maintenance work in 2012-11-23 the German Patent and Trade Mark Office

Please be informed that the German Patent and Trade Mark Office (DPMA) will carry out

Austria and Germany 2012-11-13 join TMview

More than 1,8m trade marks in total from the Austrian Patent



[INICIO](#) [MARCAS Y NOMBRES COMERCIALES](#) [INVENCIONES](#) [DISEÑOS INDUSTRIALES](#) [PROPIEDAD INDUSTRIAL](#) [SOBRE LA OEPM](#)

[INFORMACIÓN TECNOLÓGICA](#)

Estás en : [Signos distintivos](#) / [Búsqueda simple](#)

Signos distintivos

► [Consulta de Signos Distintivos Registrados o Solicitados](#)

[Búsqueda simple](#) [Búsqueda avanzada](#) [Búsqueda por nº de expediente](#)

[Condiciones del servicio](#)

Marcas nacionales e internacionales con efecto en España [¿Qué es esto?](#)

Que contenga:

[Borrar](#) [Localizar](#)

Otras Búsquedas

- [Identificación de Marcas](#)
- [TMView: Marcas en Europa](#)
- [TMView: Marcas en España](#)

Clasificaciones internacionales de signos distintivos

- [Clasificación Internacional de Productos y Servicios de Marcas \(Cihmar\) \(Clasificación de Niza 10ª edición, 2012\)](#)
- [Clasificación Internacional de Elementos Figurativos de las marcas \(Clasificación de Viena, 6ª edición, 2008\)](#)

Preguntas frecuentes

- [¿Qué es una Marca? ¿Qué es un Nombre Comercial? ¿Qué es una Denominación Social?](#)
- [¿Qué es un nombre de dominio?](#)
- [¿Puede un mismo distintivo registrarse en todos estos conceptos?](#)
- [¿Cuántos tipos de marcas existen?](#)

BOPI
Boletín Oficial de la
Propiedad Industrial

Ayudas y subvenciones

Perfil del contratante

Otras informaciones

[Estadísticas](#)

[Centros Regionales de información de PI](#)

[Empleo](#)

[Aula de Propiedad Industrial](#)

[Internacionalización-PPH](#)

[Transferencia de Tecnología](#)

[Enlaces y direcciones de interés](#)

Portales OEPM

[Calidad](#)

[Stop falsificaciones](#)

[Archivo histórico y museo](#)

[CEVI PYME](#)

OEPM en la red

[Scribd](#) [YouTube](#) [Facebook](#) [Twitter](#)



**OEPM se unió
en junio 2009**

eurowclass

Ayuda a la clasificación - Euroclass
<http://oami.europa.eu/ec2/?lang=es>

[Inicio](#) | [Sobre nosotros](#) | [Noticias](#) | [Contacto](#) | [Ayuda](#) | [Títulos de la Clasificación de Niza](#)

Buscar término

Verificar lista de términos

Traducir término

Traducir lista de términos

Buscar término

Español (es)

Buscar término (P.e. Leche)

1-45

Buscar

Oficinas
armonizadas

☒ OEPM ☒ OHIM

Fuente

☐ Sólo la lista autentica de Niza (10ª edición)

desde enero 2012

Búsqueda avanzada

Mi Lista

No ha hecho ninguna selección

Ver

Exportar a e-filing

Bienvenido a EuroClass

EuroClass le ayuda en la búsqueda y clasificación de Productos y Servicios (términos) necesaria para la solicitud de protección de una marca. Además puede traducir una lista de Productos y Servicios (términos) y verificar si ésta aparece en la base de datos de clasificación de la Oficina Participante resaltada más abajo.

Enlaces a las Oficinas de Marcas:

Oficinas armonizadas

OHIM

OEPM ES

UKIPO GB

IE IPO IE

Otras oficinas

WIPO

OPA AT

BPO BG

BOIP BX

IPI CH

MCIT CY

IPO CZ CZ

SIPO HR HR

DPMA DE

UIBM IT

IPRD MT MT

INPI PT PT

PRV SE

DKPTO DK

EPA EE

PRH FI

INPI FR

D.C.I.P. GR

HIPO HU

JPO JP

INPI PT PT

PRV SE

VPB LT

LRPV LV

PPO PL

OSIM RO

SIPO SI

SKIPO SK

USPTO US

Noticias

13/11/2012

**Romanian Office Integration
into EuroClass**

30/10/2012

**Integration of The Japanese
Patent Office (JPO)**

15/10/2012

**New data up-date for USPTO
dated 13/09/2012**

[Leer todas las noticias...](#)

¿Busca una marca?

TMview



FONDO DE COOPERACIÓN- DESIGN VIEW

DesignView

Español (es)

Página de inicio Acerca de Noticias Contacto Ayuda FAQ Tutoriales Consultas

Buscar término

ALPARGATAS

Búsqueda Borrar

Búsqueda avanzada

Cerrar 8 de 8 Oficinas terminadas

- OPFI - Austria
- SPICE - Czech Republic
- FIH - Finland
- IEIPO - Ireland
- IPPO - Poland
- SIPO - Slovakia
- ☒ BPO - Bulgaria (0)
- OPMA - Germany
- INPI - France
- UIPO - Italy
- ☒ INPIPT - Portugal (0)
- ☒ OHIM - OHIM (10)
- ☒ BOIP - Benelux (0)
- DKPTD - Denmark
- UKIPO - United Kingdom
- VPE - Lithuania
- OSIM - Romania
- WIPO - WIPO
- ODIV - Croatia
- ☒ EPA - Estonia (0)
- ☒ OBI - Greece (0)
- LIPI - Latvia
- PMF - Sweden
- ☒ OEPH - Spain (6)
- HIPO - Hungary
- IPKIP - Korea
- ☒ SKIPO - Slovakia (0)

Lista de resultados

10 20 30 40 | Visualizar 11 - 15 de 16

☐	Dibujo o modelo	Indicación del producto	Número de dibujo o m...	Nombre del titular	Fecha de prese...	Estado	Oficina d...	Clase
☐		Alpargatas	001869595-0001	SUAREZ LICERAS	26-5-2011	Registrado	EM	02.04
☐		ESPADRILLES (ALPARGATAS)	00505136-01	BERNAL CAMPOY, GINES	23-7-2007	Registrado	ES	02.04
☐		ESPADRILLES (ALPARGATAS)	00505136-02	BERNAL CAMPOY, GINES	23-7-2007	Registrado	ES	02.04

7 ON + OAMI
EN
SIMULTÁNEO

322.000 REFERENCIAS A DISEÑOS TRAMITADOS EN LA OEPM,
INCLUYENDO SU ESTATUS JURÍDICO

FONDO DE COOPERACIÓN- CALIDAD



70
ESTÁNDARES
10 BÁSICOS
(OEPM: 22)

Oficina	Objetivo	Realización actual	Evolución	Volumen	Comentarios
OB1 - Greece				31	from 1/7 till 30/9/2013
DNPT - Portugal	2 Meses 2 Semanas 1 Día naturales	1 Meses 1 Semanas 6.7 Días naturales		41	Objective: 100% in 2.5 months (50 working days)
OEPM - Spain		1 Semanas 2.2 Días naturales		2,025	7.19 working days. 2.025 Designs, 200 files.
HPO - Hungary				17,957	
OHIM - OHIM		1 Semanas			
MCIT - Cyprus	3 Días naturales				No acknowledgement letters sent during Q3.
OSIM - Romania		7 Meses 3 Semanas 4.7 Días naturales			
SIPO - Slovenia		2 Semanas 6 Días naturales		6	Objective not defined yet
LRPV - Latvia	6 Meses	2 Meses 1 Semanas			
IPOCZ - Czech Republic		11 Meses 3 Semanas 4 Días naturales		110	Data for 1st and 2nd quarter 2012
EPA - Estonia	3 Meses	2 Meses 3 Semanas 1.5 Días naturales		18	
PRH - Finland					
UKIPO - United Kingdom					
PPO - Poland	3 Meses	2 Meses 2 Semanas 2 Días naturales		355	

Resultados 1 - 14 de 14.

Mapa del proceso

Project: CF 125 Quality Standards: OEMP - HighLevel Workflows - Des
Version: 27/02/2013 - v0.1

Triggers

Processes

Application received (traditional filing)

Store electronically: key-in, scan, archive

Fee received

Validate payment details

Application received (automatic filing - eFiling)

Check form and data of



FONDO DE COOPERACIÓN- SIMILARITY

[Página de inicio](#) [Comparar términos](#) [Comparar lista de términos](#)

Bienvenido a Similarity

CF Similarity es una herramienta de búsqueda que sirve para evaluar si algunos productos y servicios son considerados similares (y hasta qué punto) o distintos por las oficinas de PI participantes.

Comparar términos

Término

VS

Término

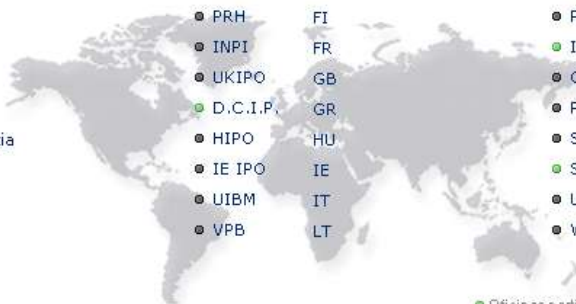
Búsqueda rápida

Enlaces a oficinas de marcas:

- OPA AT
- BPO BG
- BOIP BX
- IPI CH
- MCIT CY
- IPO CZ CZ
- SIPO HR Croatia
- DPMA DE
- DKPTO DK
- EPA EE

- OHIM EM
- OEPM ES
- PRH FI
- INPI FR
- UKIPO GB
- D.C.I.P. GR
- HIPO HU
- IE IPO IE
- UIBM IT
- VPB LT

- LRPV LV
- IPRD MT MT
- PPO PL
- INPI PT PT
- OSIM RO
- PRV SE
- SIPO SI
- SKIPO SK
- USPTO US
- WIPO WO



● Oficinas participantes que facilitan datos a Similarity

Otros enlaces

euroclass
TMview

5 ON
+ OAMI

IMPLEMENTACIÓN
PREVISTA EN 2013



FONDO DE COOPERACIÓN: e-LEARNING

Información general sobre PI orientada a PYMES

e-Learning for SMEs

Español (es) ▶

Mapa del sitio Imprimir Más sobre esta herramienta ▶

SU PRODUCTO

Su producto

Elija un sector:



Servicios

Si su actividad está relacionada con restaurantes, inmobiliarias, abogados, servicios de atención, servicios de TI, etc., seleccione este sector.
[Haga clic para seleccionar](#)



Producción de alimentos y bebidas

Los productores de alimentos y bebidas deben seleccionar este sector.
Si presta un servicio relacionado con los alimentos, seleccione «Servicios».
[Haga clic para seleccionar](#)



Fabricación

Seleccione este sector si lo que fabrica no son alimentos ni productos relacionados con la tecnología.
[Haga clic para seleccionar](#)



Sector tecnológico

Seleccione este sector si fabrica productos relacionados con la tecnología. Si su actividad está basada en la prestación de servicios relacionados con la tecnología, pero no fabrica los productos, seleccione «Servicios».
[Haga clic para seleccionar](#)

e-Learning for SMEs

Español (es) ▶

Mapa del sitio Imprimir Más sobre esta herramienta ▶

SU PRODUCTO

POR QUÉ ES IMPORTANTE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

QUÉ PROTEGER Y CÓMO HACERLO

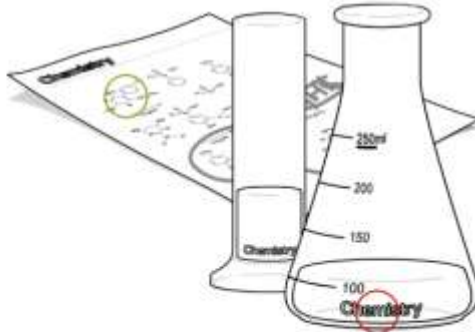
INFORMACIÓN PRÁCTICA

Su producto : Químicos

Sus derechos de Propiedad Intelectual:

[Marca](#)

[Patente](#)



Marca

Una marca es un signo que indica la fuente de los productos o servicios, lo que permite a los consumidores distinguir los productos o servicios de una organización de los de otra.

El registro otorga al titular el derecho exclusivo para utilizar la marca y el derecho exclusivo de transferir los derechos a otra persona o entidad.

El periodo de protección suele ser de 10 años y puede renovarse indefinidamente por periodos de diez años.

Más información sobre marcas:

- ¿Acorta de? ➔
- ¿Cómo proteger sus derechos? ➔
- ¿Conviene saber que? ➔

Compruebe primero:

- ¿Por qué es importante la Propiedad Intelectual? ➔



FONDO DE COOPERACIÓN: e-LEARNING

Información general sobre PI orientada a PYMES

e-Learning for SMEs

Español (es) ▶

Mapa del sitio Imprimir Más sobre esta herramienta +

SU PRODUCTO

Su producto
Elija un sector:

- Servicios**
Si su actividad está inmobiliaria, abogado, servicios de TI, etc., seleccione este sector.
[Haga clic para seleccionar](#)
- Producción de bienes**
Los productores de bienes seleccionan este sector si prestan un servicio «Servicios».
[Haga clic para seleccionar](#)
- Fabricación**
Seleccione este sector si lo que produce o vende está relacionado con la tecnología.
[Haga clic para seleccionar](#)
- Sector tecnológico**
Seleccione este sector si fabrica productos relacionados con la tecnología. Si su actividad está basada en la prestación de servicios relacionados con la tecnología, pero no fabrica los productos, seleccione «Servicios».
[Haga clic para seleccionar](#)

e-Learning for SMEs

Español (es) ▶

Mapa del sitio Imprimir Más sobre esta herramienta +

SU PRODUCTO

Su producto : Químicos

Sus derechos de Propiedad Intelectual:

- Marca
- Patente

QUÉ PROTEGER Y CÓMO HACERLO

INFORMACIÓN PRÁCTICA

Información Práctica

Material multimedia

- [Entrevistas en vídeo con PYME](#) (sitio web de la OAMI)
- [CEVIPYME](#) : qué es propiedad intelectual y qué puede protegerse. En español (vídeo de YouTube)
- [Aprendizaje electrónico sobre marcas y patentes](#) : en español
- [IP Panorama](#) : curso de la OMPI en español

Buenas prácticas
y manuales

Boletines

Cuestiones de
interés

Otros enlaces

FONDO DE COOPERACIÓN

PROYECTOS EN LOS QUE
PARTICIPA LA OEPM Y
CONTINÚAN EN 2013

METODOLOGÍA DE
PREDICCIÓN



ENCUESTAS DE
SATISFACCIÓN



BASE DE DATOS
CUMPLIMIENTO DE LOS
DERECHOS DE PI



HERRAMIENTA
AUXILIAR DE
INFORMACIÓN SOBRE
FALSIFICACIÓN



PREVISIÓN DE IMPLEMENTAR EN 2013:
BÚSQUEDA DE IMÁGENES Y CESTO

PROGRAMA DE CONVERGENCIA

MARCO COMÚN PARA CUESTIONES EN
LAS QUE LAS ON PRESENTAN
PRÁCTICAS DIVERGENTES

ARMONIZACIÓN DE LA
CLASIFICACIÓN



ALCANCE DE LA
PROTECCIÓN DE LOS
ENUNCIADOS DE LA
CLASIFICACIÓN



MOTIVOS DE
DENEGACIÓN ABSOLUTOS.
MARCAS FIGURATIVAS



MOTIVOS DE
DENEGACIÓN RELATIVOS.
RIEGO DE CONFUSIÓN



ALCANCE DE LA
PROTECCIÓN. MARCAS EN
BLANCO Y NEGRO

ACUERDO DE COOPERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE MARCAS, DIBUJOS Y MODELOS COMUNITARIOS

- DESDE 2006, ACUERDOS ANUALES DE COOPERACIÓN
- ACUERDO DE COOPERACIÓN 2012: ACCIONES
 - Jornadas y seminarios
 - Folletos
 - Información general y asesoramiento



¿Por qué solicitar un diseño industrial en España?

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

01 | ¿Por qué solicitar un diseño industrial en España?

Un diseño industrial añade valor a un producto, lo hace más atractivo y llamativo para los clientes e incluso puede ser el motivo principal de compra del consumidor.

Al proteger un diseño en la OEPM (Oficina Española de Patentes y Marcas), su titular obtiene el derecho exclusivo de impedir que terceros lo reproduzcan o imiten sin su autorización, pero además hay otros beneficios adicionales:

- Distingue nuestros productos de los competidores
- Mejora la imagen de una empresa
- Es un derecho que puede cederse o venderse, lo que ayuda a obtener ingresos adicionales

Si su mercado va a ser la Unión Europea, una vez que haya solicitado su Diseño en España, y en el plazo de seis meses a partir de la fecha de solicitud, podrá solicitar un Diseño comunitario con validez en los 27 países de la Unión Europea, concedido por la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI).

Más información: www.oami.eu



ACUERDO DE COOPERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE MARCAS, DIBUJOS Y MODELOS COMUNITARIOS

•Jornadas y seminarios 2012





La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), la Asociación Nacional para la defensa de la Marca (ANDEMA) y la Escuela de Organización Industrial (EOI) le invitan a la jornada

DISEÑO INDUSTRIAL: IMPORTANCIA DE SU PROTECCIÓN

Que se celebrará el próximo 12 de noviembre de 2012 en el Centro de Congresos de la Ciudad de Elche, Alicante

COLABORAN:








DISEÑO INDUSTRIAL: IMPORTANCIA DE SU PROTECCIÓN	
12 NOVIEMBRE 2012	
Centro de Congresos de la Ciudad de Elche	
Lugar: Carreter del Riu de l'Ena, 1 Elche, Alicante	
Inscripción gratuita en: www.bicentri.es	
9:30h	BIENVENIDA Luis Angel Mateo Miralles TENIENTE DE ALCALDE DEL AYUNTAMIENTO DE LA CIUDAD DE ELCHE
9:45h	APERTURA DEL ACTO Patricia García-Escudero DIRECTORA GENERAL DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM) José Antonio Moreno DIRECTOR GENERAL DE LA ASOCIACIÓN PARA LA DEFENSA DE LA MARCA (ANDEMA) Eduardo Lizarralde DIRECTOR DE CONDOMINIO DE LA ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)
10:15h	Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) Elena García Filaona: TÉCNICO SUPERIOR EXAMINADOR DEL DEPARTAMENTO DE PATENTES E INFORMACIÓN TECNOLÓGICA "Protección Nacional del Diseño Industrial: Papel de los Centros Regionales de Información de Propiedad Industrial: INSTITUTO VALENCIANO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL (IMPIVA) e INFO de Murcia"
10:35h	Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA) Iván Sempere "La Gestión del Diseño por la Empresa"
10:55h	OAMI Giuseppe Bertoli: miembro de la Sala de Recursos de la OAMI "Protección Comunitaria del diseño industrial"

11:15h	Pausa- cafè <u>LA EXPERIENCIA DE LAS EMPRESAS</u> CÓMO EL DISEÑO INDUSTRIAL REGISTRADO HA INFLUIDO EN EL ÉXITO EMPRESARIAL Y EN SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL
11:45h	MUSTANG Santiago Ros, Director del Departamento Jurídico de MTNG Experience
12:15h	GANDIA BLASCO José Gandia Blasco, Presidente de GANDIA BLASCO S.A
12:45h	LLADRÓ Inmaculada Bermúdez Beatriz García Lora
13:15h	ECUS Valeria García: Premio a la Innovación en Diseño de la Región de Murcia 2012
13:45h	COLOQUIO con las empresas
14:00h	CLAUSURA DEL ACTO – VINO ESPAÑOL

ORGANIZADO POR:





EN COLABORACIÓN CON:

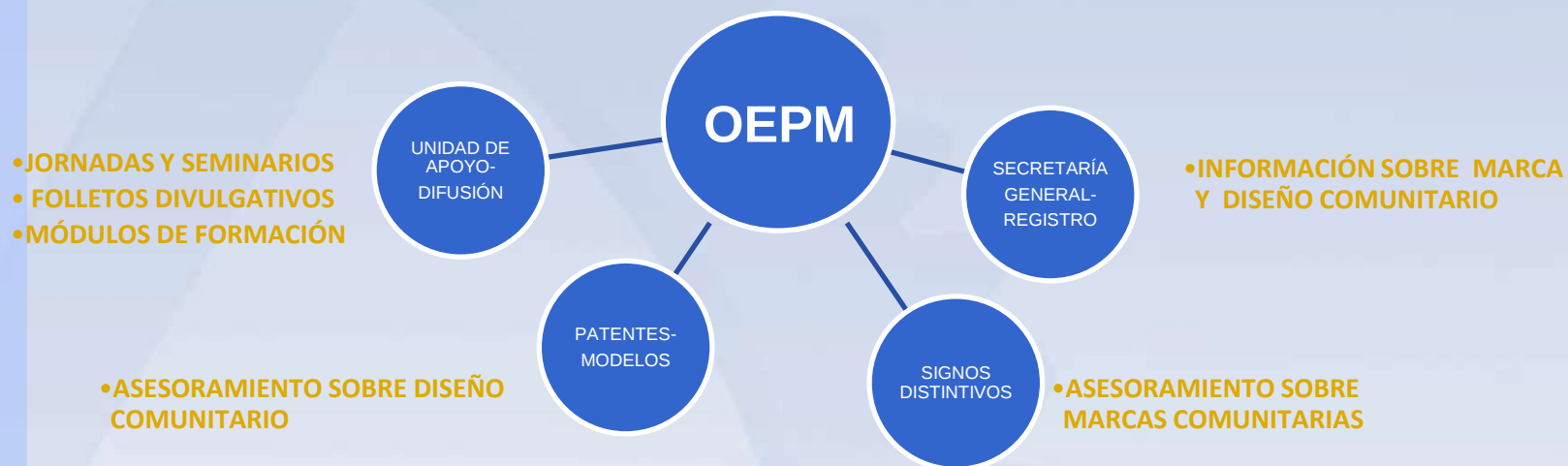







ACUERDO DE COOPERACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS SISTEMAS DE MARCAS, DIBUJOS Y MODELOS COMUNITARIOS

•NUEVA PROPUESTA PARA 2013



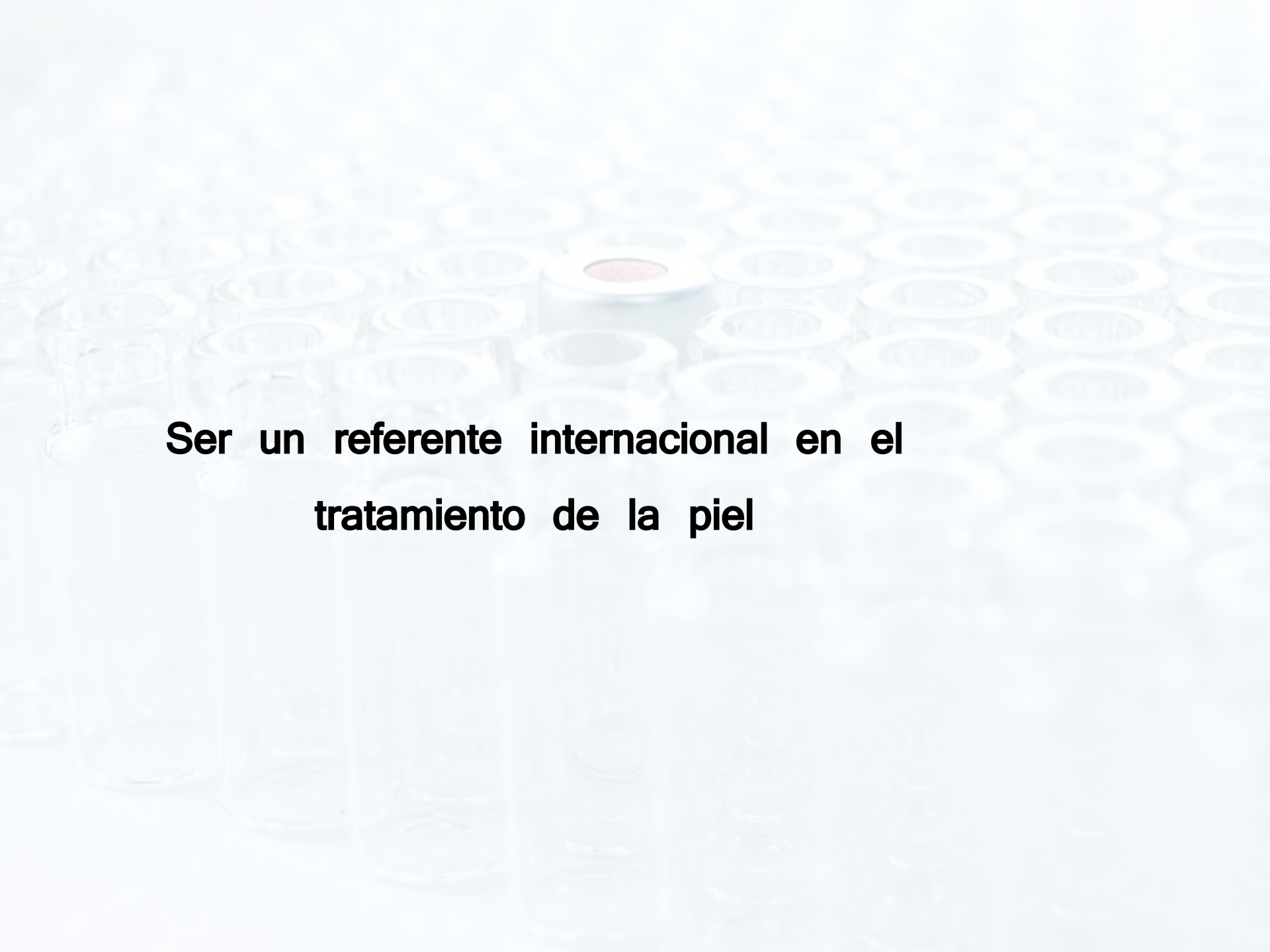


La Empresa



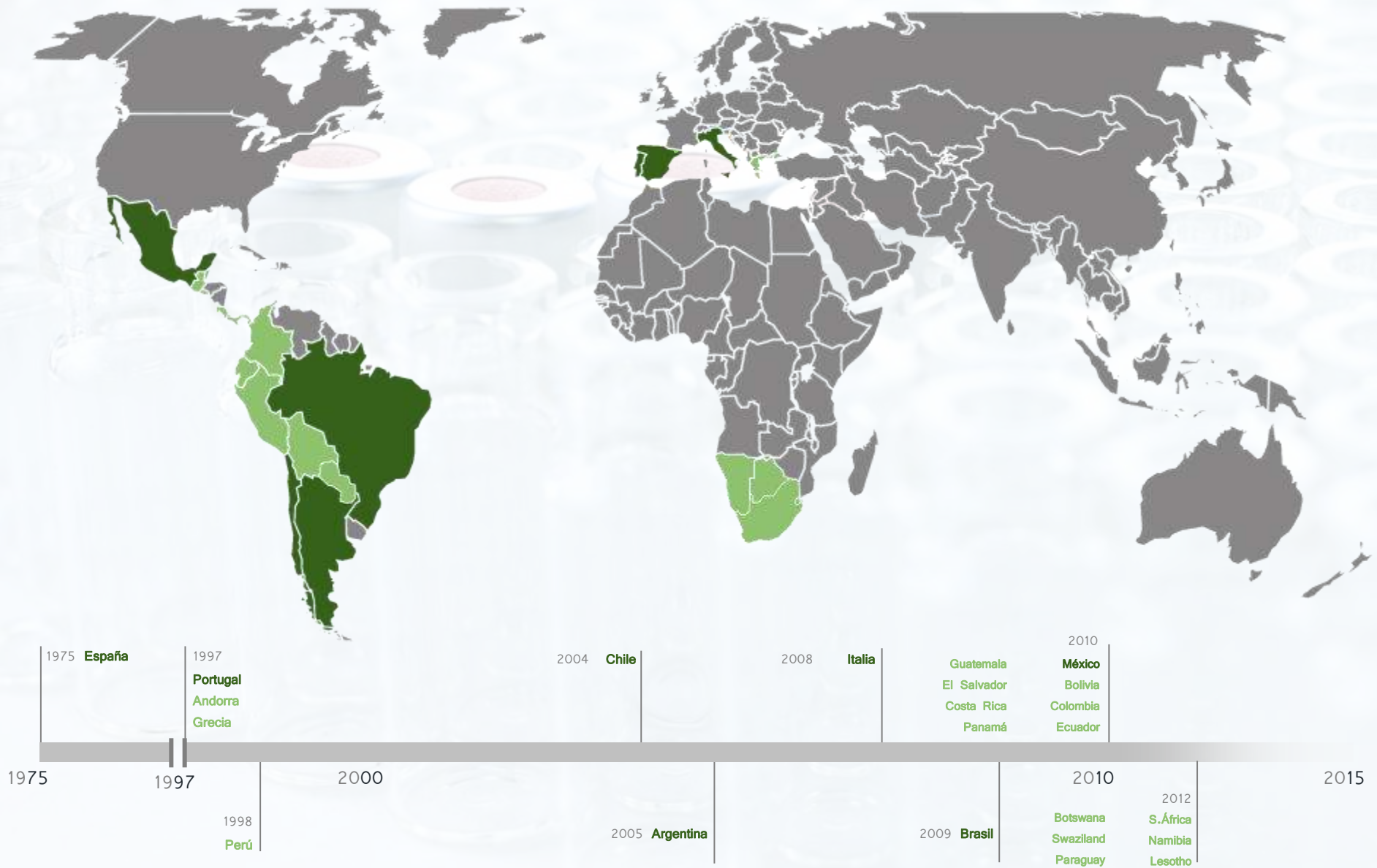
- Fundada: 1975
- Joint venture: ANTONIO PUIG y LABORATORIOS DR. ESTEVE
- Personas: 600
- Productos: dermocosméticos y farmacéuticos en dermatología. 400 referencias en catálogo.
- Mercados: actualmente 23 países, próximos años 10 mercados más. Líder en mercado español.
- Facturación 2011: 124 MILLONES

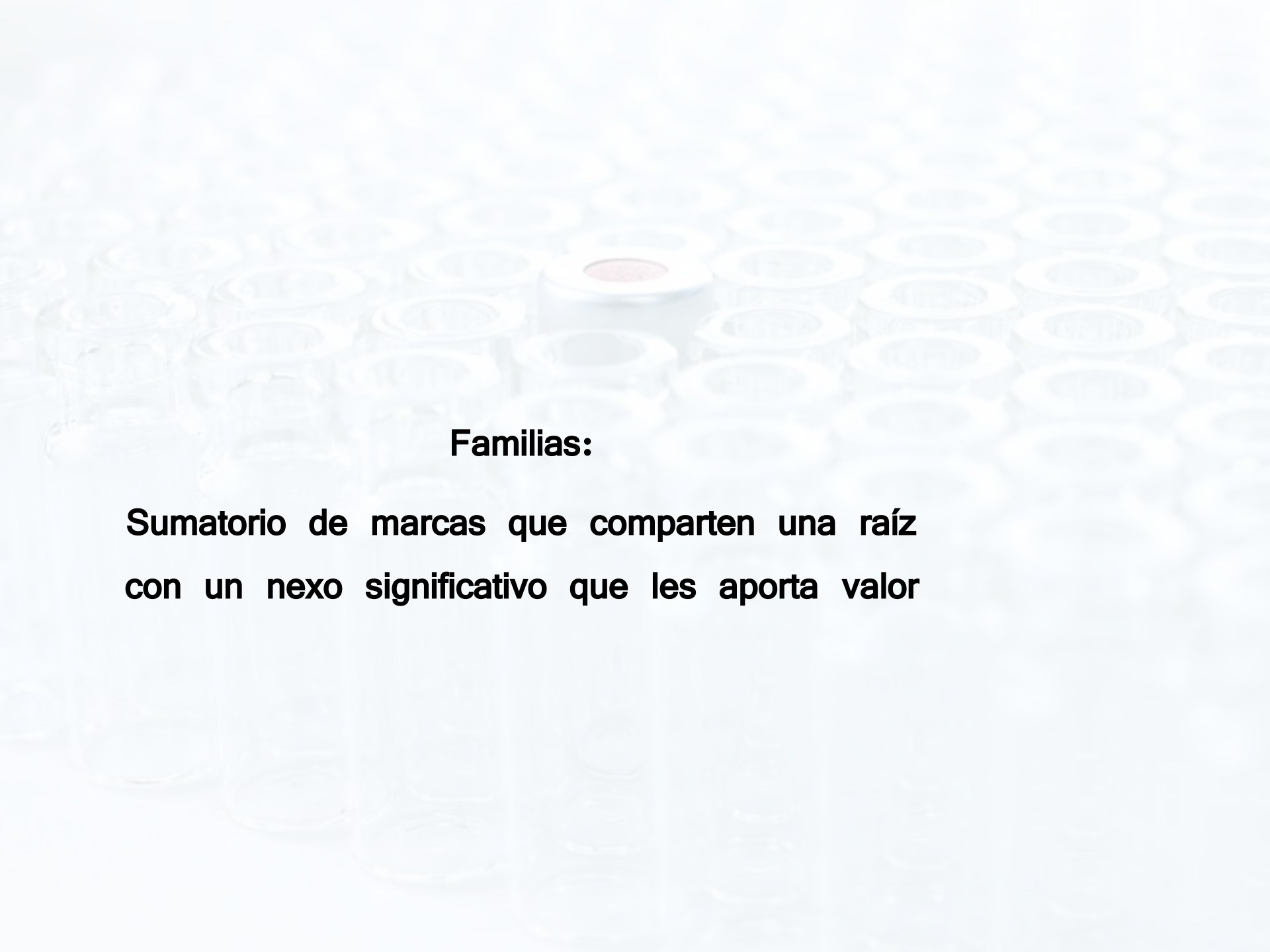




**Ser un referente internacional en el
tratamiento de la piel**

Expansión Internacional



The background of the slide features a repeating pattern of overlapping circles in a light blue-grey color. In the center of the slide, there is a single circle that is slightly larger and has a reddish-pink fill, making it stand out from the others.

Familias:

**Sumatorio de marcas que comparten una raíz
con un nexó significativo que les aporta valor**

Holismo: Nuestro Mapamundi de la Piel

Ejemplos Recientes de Nuestra Innovación

FOTO

Tratamiento y prevención de patologías inducidas por la radiación



Eryfotona, Fotoprotector ISDIN

BEN

Tratamiento del acné/rosácea



Isdiben, Tactuoben, Peroxiben, Acniben Rx, Acniben

ALFA

Tratamiento de la psoriasis



Bonalfa, Betalfatrus, Iralfaris

ADI

Tratamiento del déficit hídrico cutáneo



Ureadin Rx, Ureadin

BEXI

Tratamiento y prevención de las patologías bucales



Bexident, Bexident Post, Bexident Encias

ISA

Tratamientos dermatológicos



Isadin α barcilus, Velastisa, Velastisa Intim, Eviana, Hongoseril, Ketoisdin, Vagifem

NUTRA

Tratamiento de la dermatitis y la piel reactiva



Flunutrac, Nutrasona, Ciclonutrax, Denutraxan, Nutradeica, Nutracel, Nutratopic, Nutratopic Rx, Nutraisdin

GERM

Tratamiento y prevención de infecciones dermatológicas



Amigermol, Niogermox, Germisdin Rx, Germisdin, Germisdin Calm, Hongoseril, Fungisdin, Odenil, Antiverrugas ISDIN

LAMBDA

Tratamientos dermatológicos correctivos



Lambdalina, Lambdapil, Cicapost, Glicoisdin, Retisdin, Medicis



Utilización marcas para comunicar innovación

Ejemplos Recientes de Nuestra Innovación

Fusion

FOTO

Tratamiento y prevención de patologías inducidas por la radiación

ADI

Tratamiento de la dermatitis atópica

NUTRA

Tratamiento de la dermatitis y la piel reactiva

Búsqueda del “*compliance*”

Maximización
de la efectividad

Progresiva adaptación
a diversas necesidades

Eryfona,

BE

Tratamiento

lediben,

AL

Tratamiento

Bonalfa, Betafatus, Iralfais

Isadin α barclius, Velastisa, Velastisa Intim, Eviana, Hongoseril, Ketolsidin, Vagifem

Flunutrac, Nutrasona, Ciconutrax, Denutraxan, Nutradeica, Nutracel, Nutratopic, Nutratopic Rx, Nutraisdin

GERM

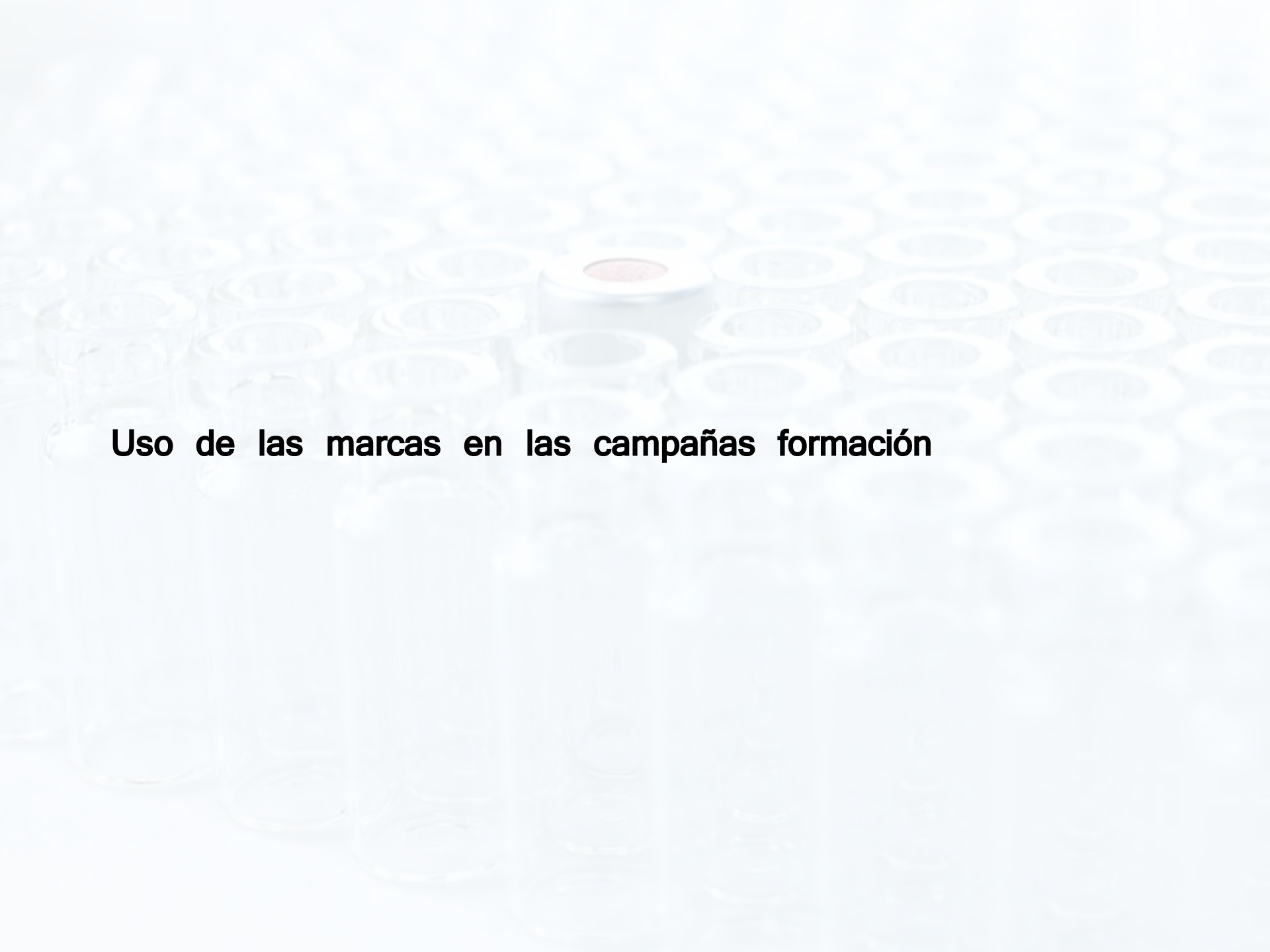
Tratamiento y prevención de infecciones dermatológicas

Flunutrac, Nutrasona, Ciconutrax, Denutraxan, Nutradeica, Nutracel, Nutratopic, Nutratopic Rx, Germisidin, Germisidin Calm, Hongoseril, ISDIN

LAMBDA

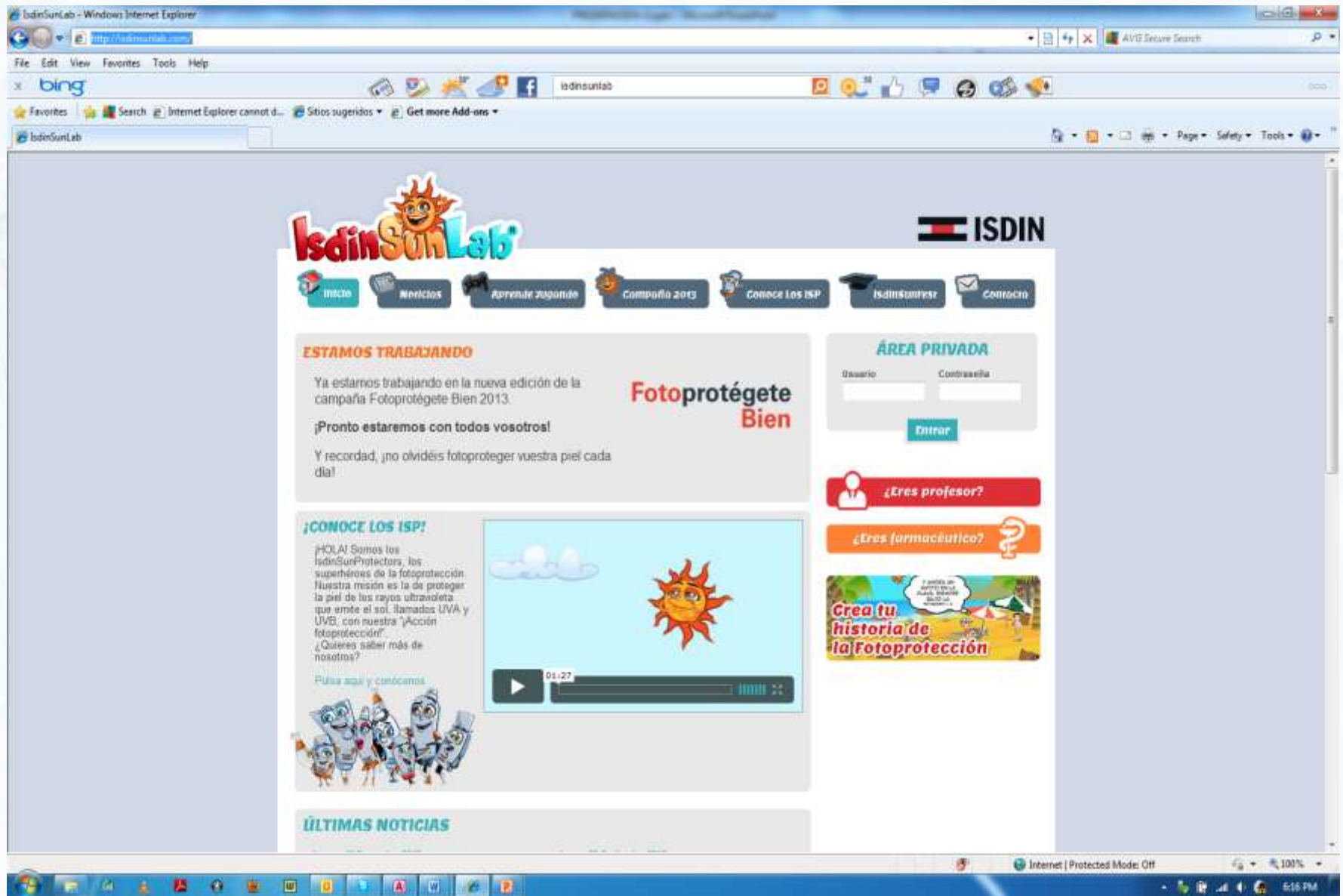
Tratamientos dermatológicos correctivos

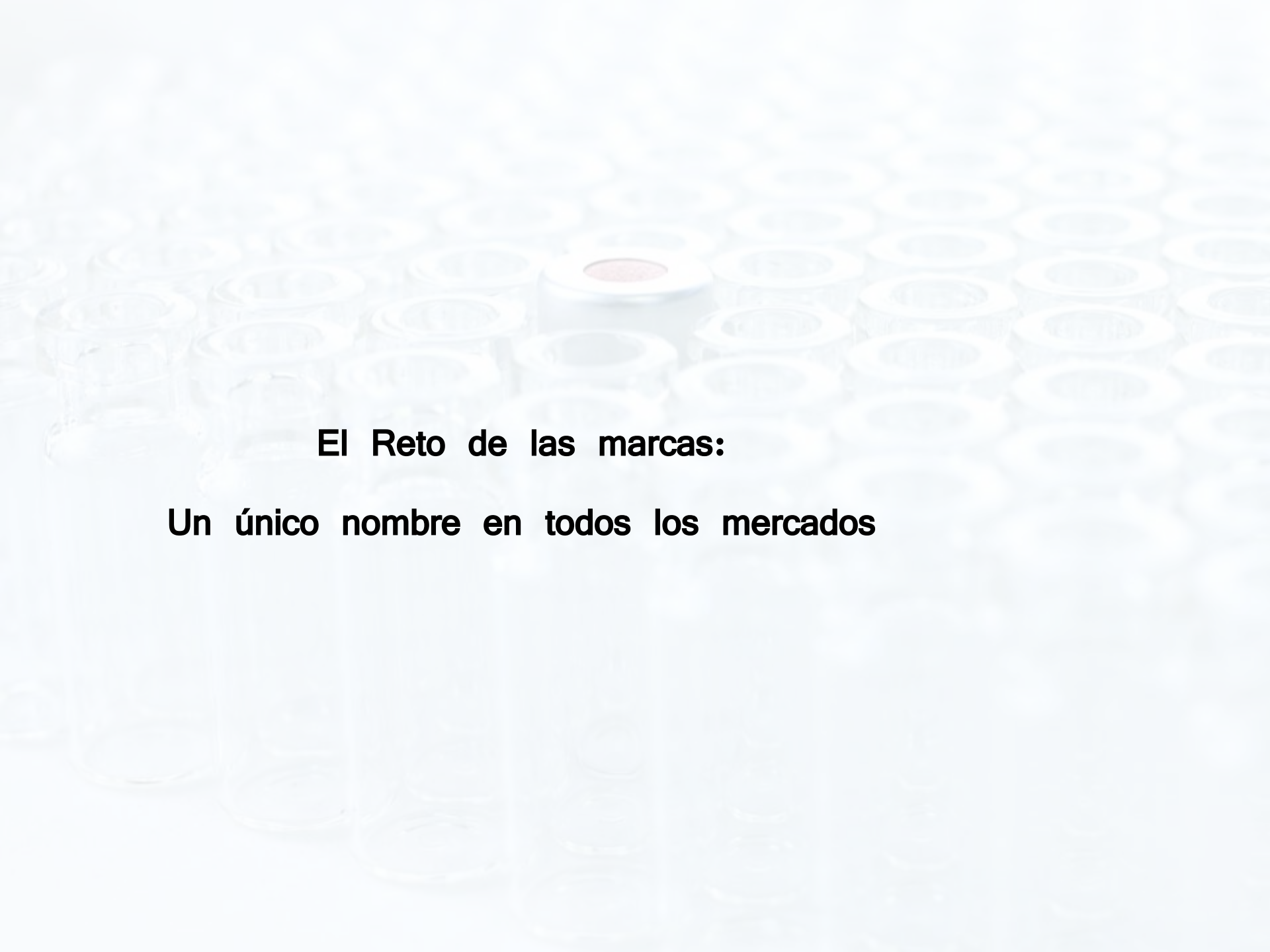
Lambdalina, Lambdapil, Cicapost, Glicolsidin, Retisidin, Medicis



Uso de las marcas en las campañas formación

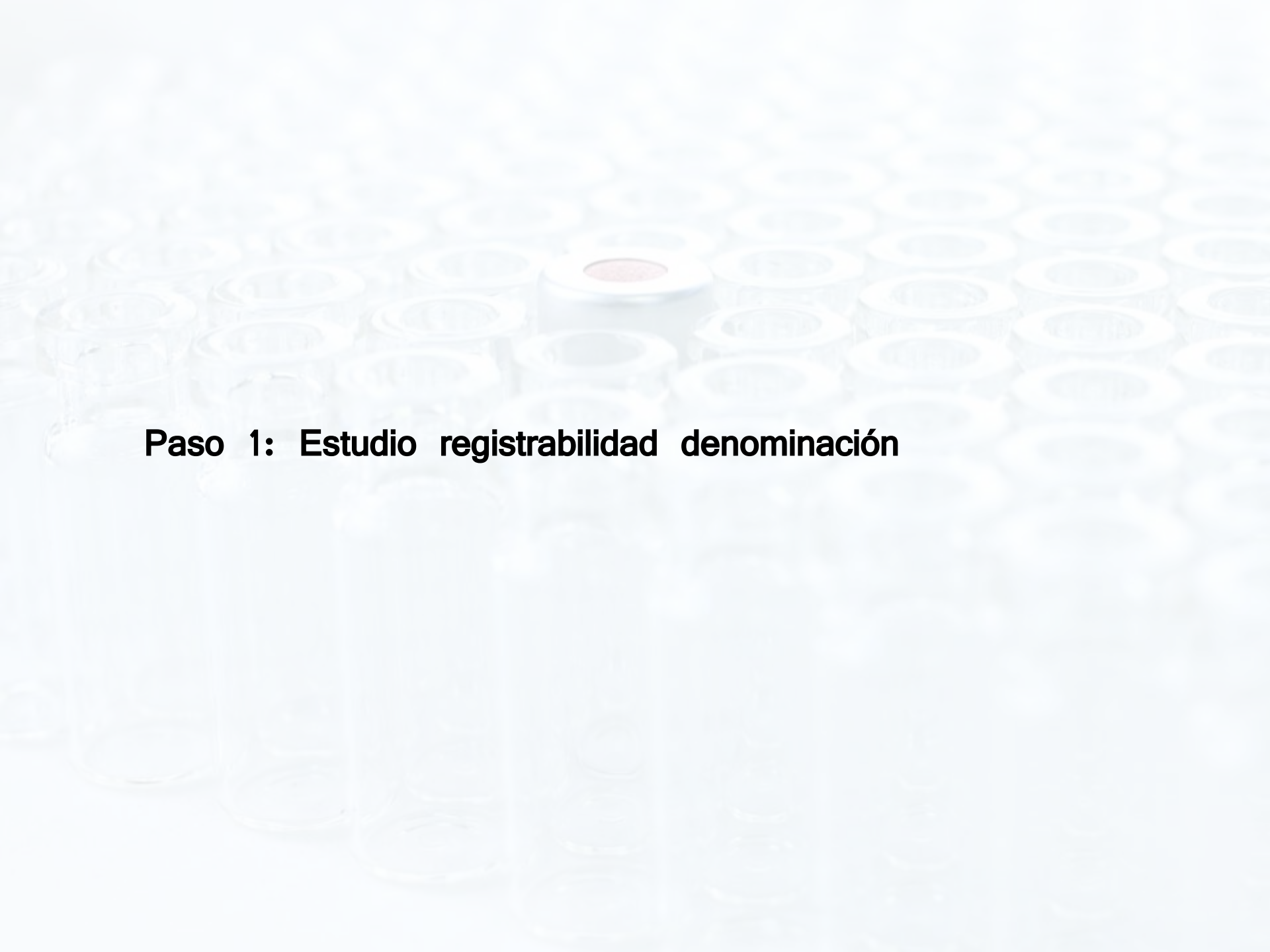
Isdinsunlab





El Reto de las marcas:

Un único nombre en todos los mercados

A 96-well microplate is shown in the background, slightly out of focus. One well in the center of the plate contains a small amount of red liquid, while all other wells are empty.

Paso 1: Estudio registrabilidad denominación

Huir de las marcas débiles, mejor palabras de fantasía

No tener un significado negativo o connotaciones indeseables

Apostar por marcas fáciles de recordar y de pronunciar

Búsqueda de anterioridades

Búsqueda de anterioridades

TMview - Windows Internet Explorer

http://tmview.euroipa.eu/tmview/webportal.html?language=en

File Edit View Favorites Tools Help

bing

Internet Explorer cannot d... Sitios sugeridos Get more Add-on

TMview

Inicio Acerca de Noticias Contacto Ayuda Preguntas más frecuentes Tutoriales Consultas

ESpañol (es)

Buscar término

pud, tm:COLA*, tm:COJA, tm:COJA Y am:COJA

Buscar

Búsqueda avanzada

Recomendación del día

En la lista de resultados, haga clic sobre el nombre o referencia de la marca para acceder a los detalles de la misma.

¿Qué es TMview?

TMview muestra información sobre marcas. Es una aplicación:

- De uso gratuito.
- Disponible 24 horas al día, siete días a la semana.
- Actualizada diariamente por las oficinas de marcas nacionales.
- Disponible en 23 lenguas.

¿Cómo puede ayudarle TMview?

Utilice TMview para:

- Comprobar si está disponible el nombre que ha ideado usted para una marca.
- Buscar los productos y servicios protegidos por las marcas de sus competidores.
- Recibir actualizaciones de las marcas seleccionadas referidas al cambio de situación, al cambio de nombre o a la terminación del período de oposición.

Oficinas de marcas

ORA Austria

BPO Bulgaria

BOIP Belarús

HCIT Cyprus

IPCCZ Czech Republic

OPMA Germany

DKPTO Denmark

EPA Estonia

OEPM Spain

FIN Finland

FRP France

UKIPO United Kingdom

GGE Greece

HBO Hungary

IIPO Ireland

USPM Italy

VPS Lithuania

LRPV Latvia

IPROPT Malta

PPQ Poland

INPOT Portugal

OSIM Romania

PIV Sweden

SKIPO Slovakia

SIPO Slovenia

CHIN CHIN

WIPO WIPO

Noticias

Austria and Germany join TMview 2012-11-13

More than 1.8m trade marks in total from the Austrian Patent Office and the German Pat...

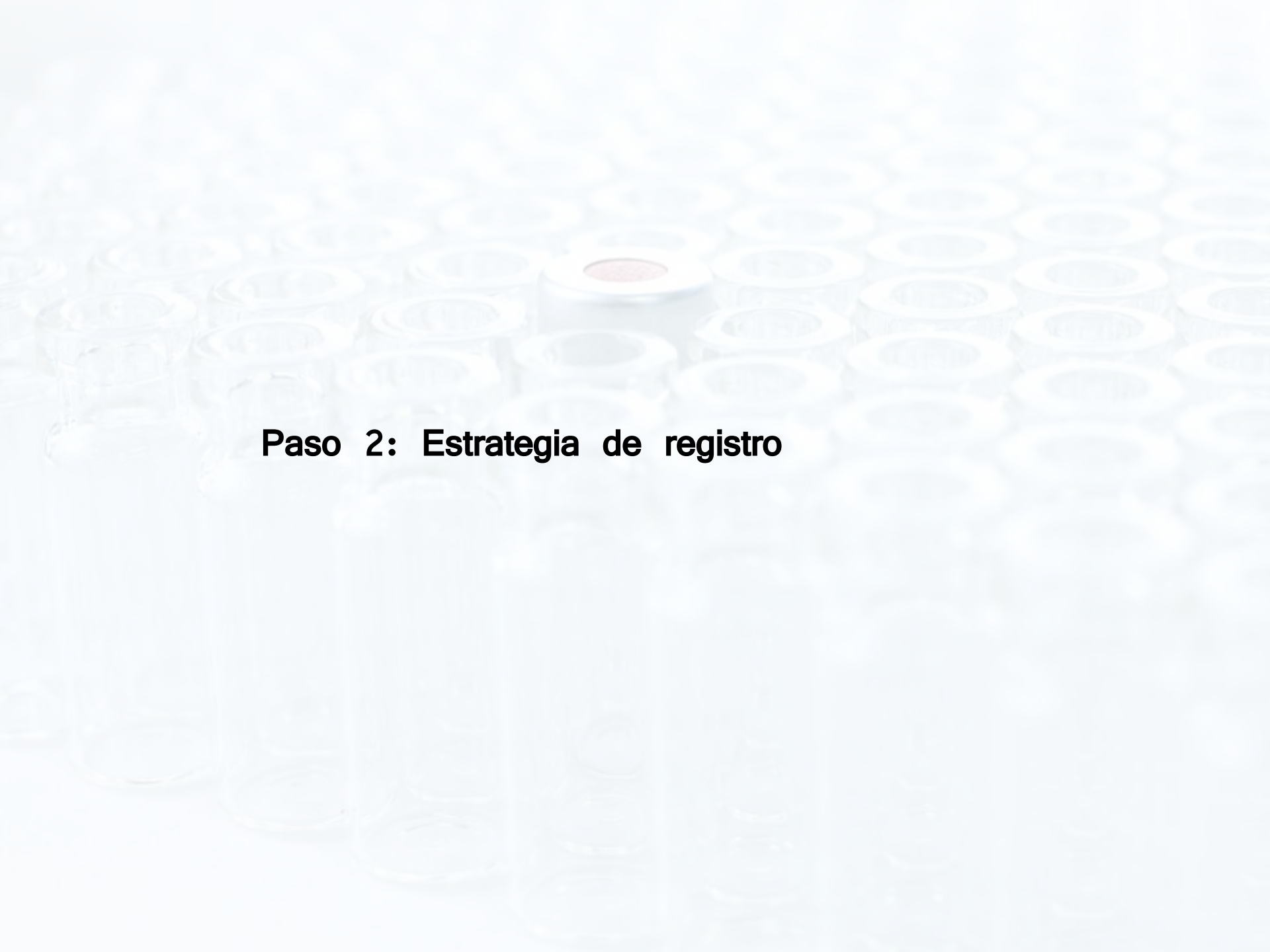
Austria and Germany soon to join TMview 2012-11-09

More than 1.8m trade marks in total from the Austrian Patent Office and the German Pat...

Número de marcas en TMview : 9270877

Internet (Protected Mode: Off) 100%

7:19 PM

A 96-well microplate is shown from a slightly elevated angle. The plate is white with a grid of 96 wells. Most wells are empty, but one well in the upper-middle section contains a small amount of red liquid. The text "Paso 2: Estrategia de registro" is overlaid on the lower-left portion of the plate.

Paso 2: Estrategia de registro

Marca nacional



Marca comunitaria



Marca internacional



REGISTRO VIA NACIONAL

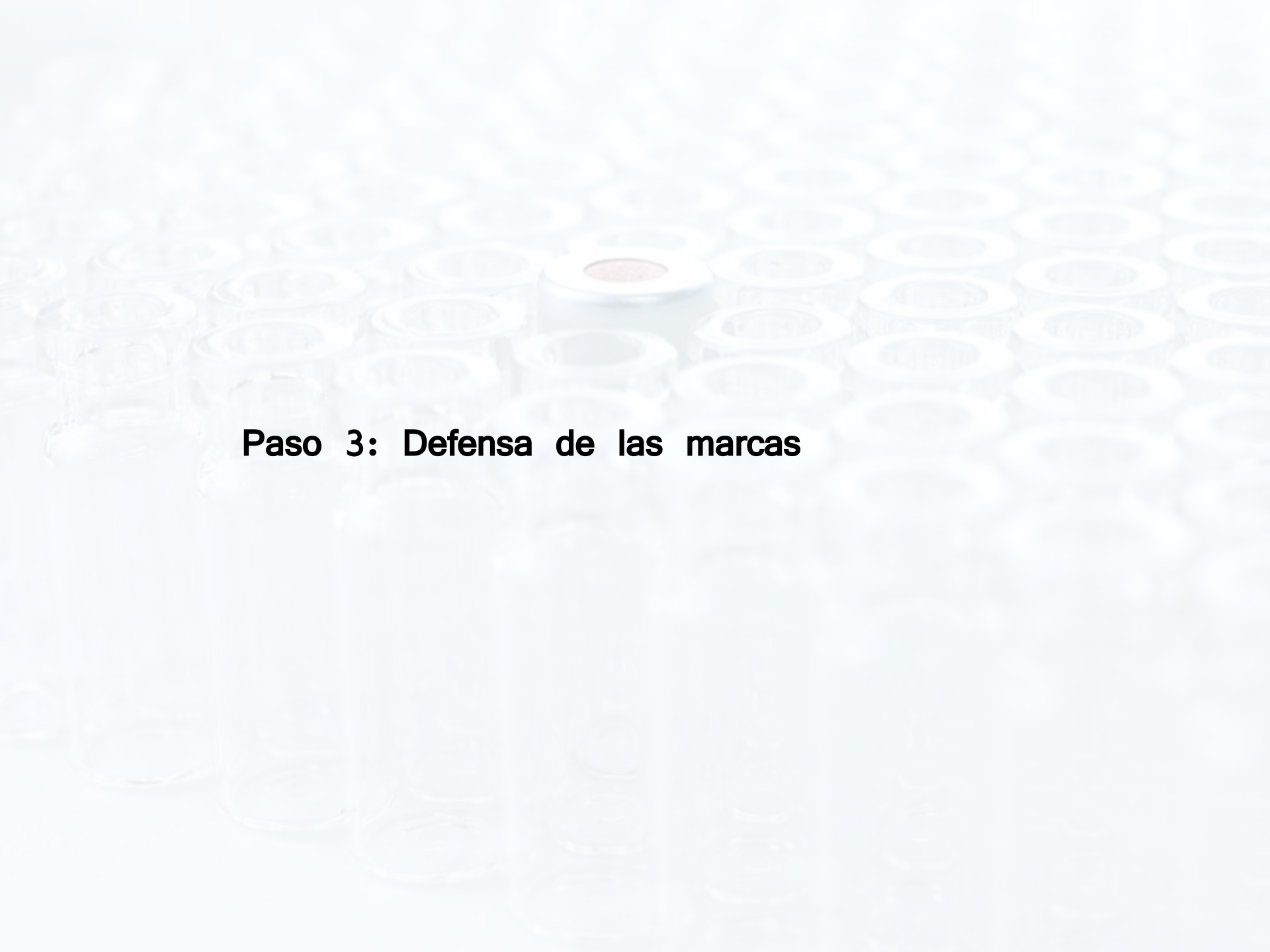
Cada país es un mundo, con una legislación, unos tiempos, unos funcionarios...

Procedimientos de tramitación distintos (oposición, acción judicial)

Criterios de examen distintos

«Convergence Programme»

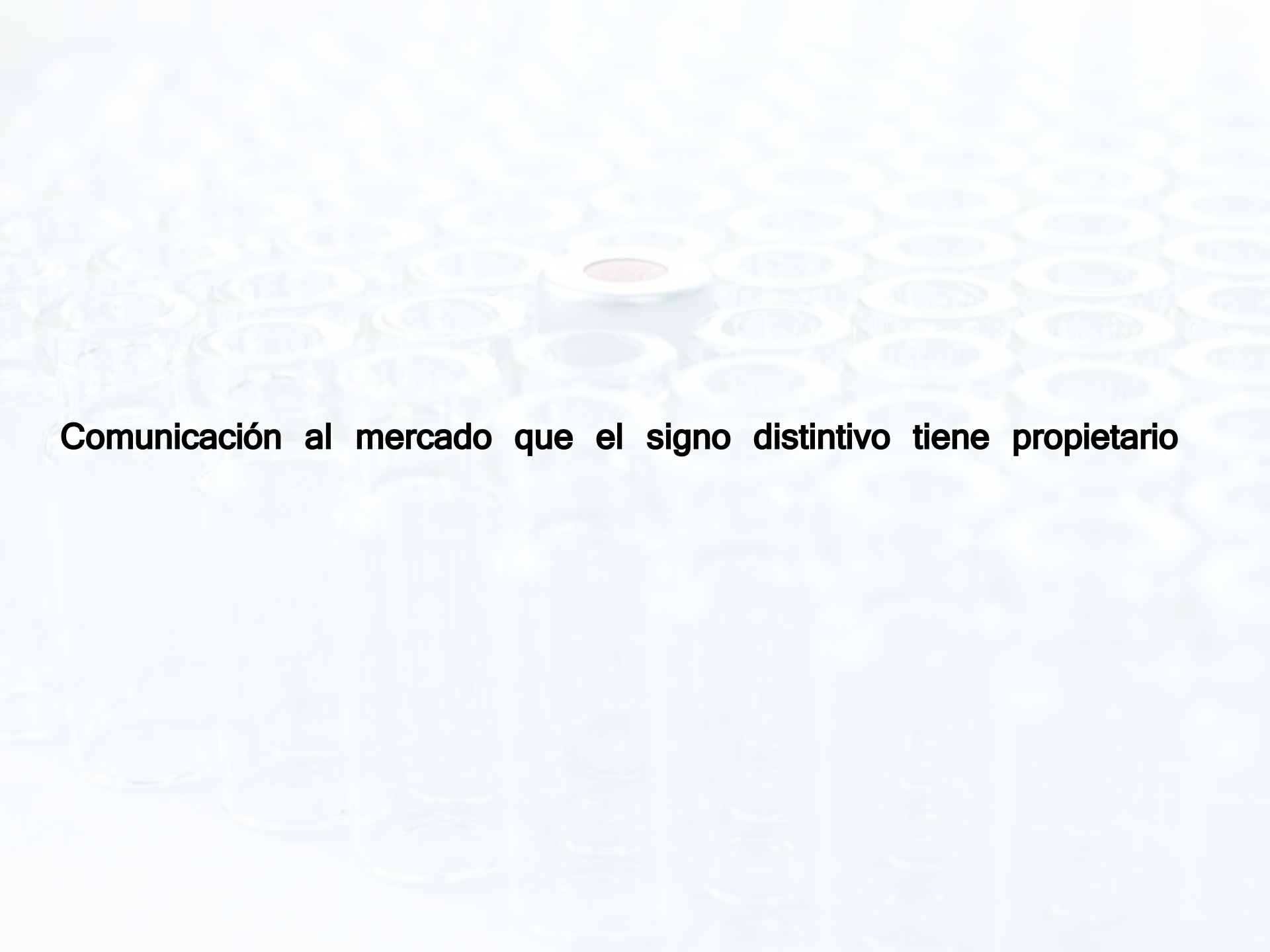
«TM5»



Paso 3: Defensa de las marcas



Vigilancia de marcas de terceros

A background image showing a grid of many clear glass test tubes. One test tube in the upper-middle section contains a small amount of red liquid, while all others are empty. The tubes are arranged in a perspective grid on a light surface.

Comunicación al mercado que el signo distintivo tiene propietario

Ejemplos Recientes de Nuestra Innovación

FOTO

Tratamiento y prevención de patologías inducidas por la radiación



Eryfotona, Fi

BEN

Tratamiento del acné/rosácea

ADI

Tratamiento del déficit hídrico cutáneo



Ureadin Rx, Ureadin

BEXI

Tratamiento y prevención de las patologías bucales



Bexident, Bexident Post, Bexident Encias

ISA

Tratamientos dermaginecológicos



Isadin α barcilus, Velastisa, Velastisa Intim, Eviana, Hongoseril, Ketoisdin, Vagifem

NUTRA

Tratamiento de la dermatitis y la piel reactiva



Tratamiento y prevención de infecciones dermatológicas

Betalfatrus

Primer producto medicalizado para uñas frágiles

Primer producto efectivo en uñas psoriásicas

Delivery que facilita la penetración ungueal



ngoseril,

ALFA

Tratamiento de



Bonalfa, Betalfatrus



Lambdalina, Lambdapil, Cicapost, Glicoisdin, Retisdin, Medicis

Ejemplos Recientes de Nuestra Innovación

FOTO

Tratamiento y prevención de patologías inducidas por la radiación



Eryfotona, Fotoprotector ISDIN

BEN

Tratamiento del acné/rosácea



Isdiben, Tactuol

ALFA

Tratamiento

Bonalfa, Betafatus, Iralfaris

ADI

Tratamiento del déficit hídrico cutáneo



Ureadin Rx, Ureadin

BEXI

Tratamiento y prevención de las patologías



Isdiben, Tactuol

Tratamiento de las patologías dermatoginecologicas

Isadin α barcilus, Velastisa, Velastisa Intim, Eviana, Hongoseril, Ketoisdin, Vagifem

NUTRA

Tratamiento de la dermatitis y la piel reactiva



Flunutrac, Nutrasona, Ciclonutrax, Denutraxan, Nutradeica, Nutracel, Nutratopic, Nutratonic Rx, Nutraisdin

Eryfotona AK-NMSC

Reduce y previene la lesión

Tratamiento del campo de cancerización

Gestión de las recidivas

Amigermol, Niogermox, Germisdin Rx, Germisdin, Germisdin Calm, Hongoseril, Fungisdin, Odenil, Antiverrugas ISDIN

LAMBDA

Tratamientos dermatológicos correctivos



Lambdalina, Lambdapil, Cicapost, Glicoisdin, Retisdin, Medicis

Conclusión

La gestión de las Marcas de una compañía es más que tan solo la adquisición de derechos formales a través de las oficinas nacionales o regionales de Marcas.



“La Marca no es un logo, ni un nombre, ni siquiera se ve plasmada en un manual de identidad gráfica, lo anterior son solo esbozos de lo que el empresario lleva por dentro, es toda la creatividad y la pasión con la que se hacen las cosas, la Marca es una historia de amor entre dos personas que se desviven una por la otra.”

(Anónimo)





MTNG EXPERIENCE

1962-1989



- Fabricación.
- Marca Blanca.
- Marca como elemento corporativo.
- Diseño. Propio del cliente.

NEW TEAM FOR NEW TIME

 **Holding PASCUAL ROS AGUILAR, S.L.**
ELCHE (Alicante) España - Carretera de Aspe, s/n.
P.O. Box 621 - tel. 462.050/34/38 - telex 66399

Neue "CASTA" von schuhen junge leute



INTER-CAL, S.L.
Haute Couture auf espadrilles



ROSSO, S.L. "ROOTS"



Patrick, S.A. - free-easy time leisure





Verkauf:
pro contact
Reiner Tannert GmbH
D - 6072 Dreieich - Sprenndlingen - Robert - Bosch - str./24
telefon 06 103 - 38 72 - telex 4185 339 PROC D
Contact, S.A.
Alicante - Virgen del Socorro, 37 - teléfonos 261.077 - 261.213
telex 66239 ODGRE - Cable: Odongrohs - Alicante

ARS - EUTORIA

1990-2009

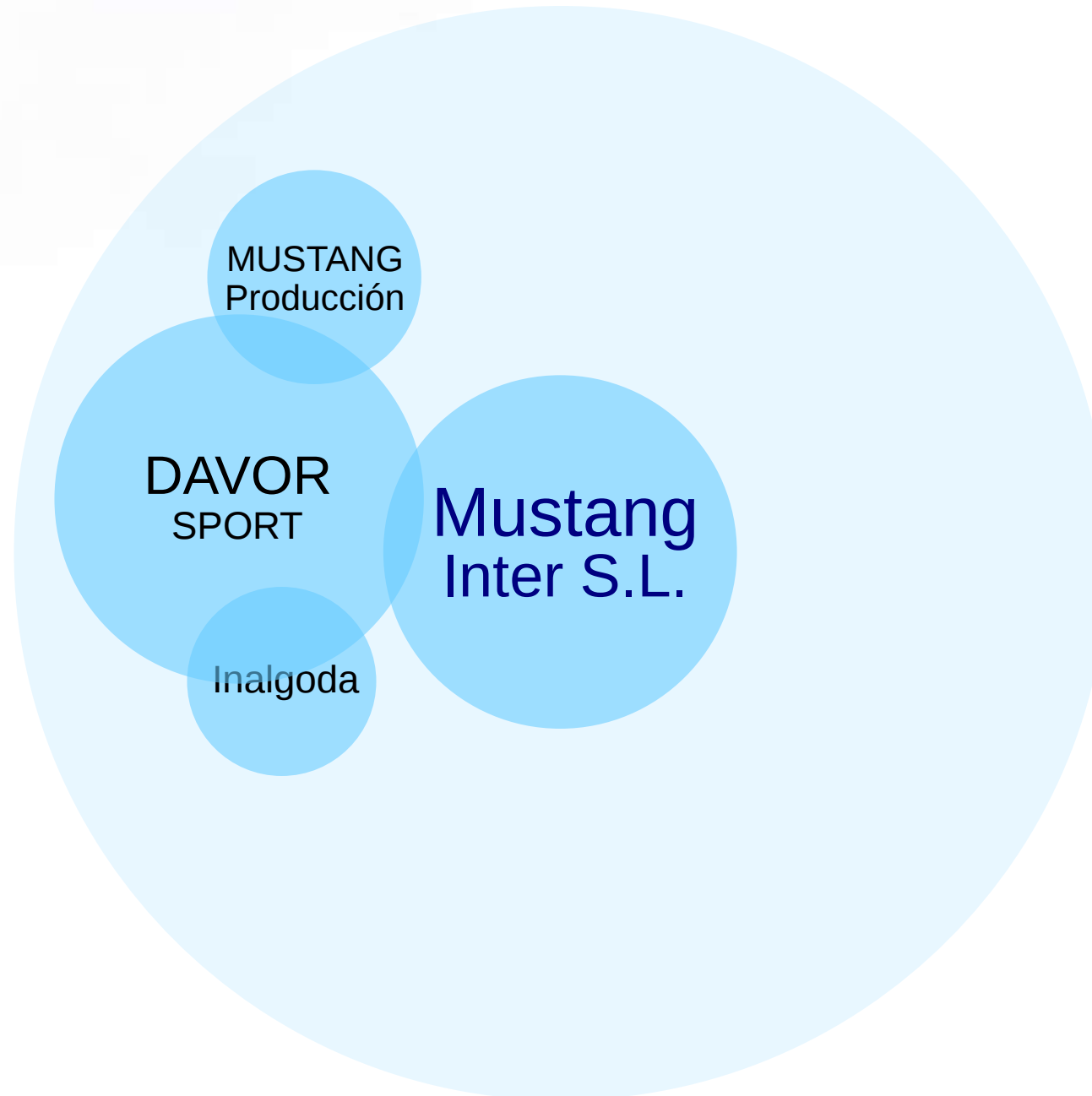


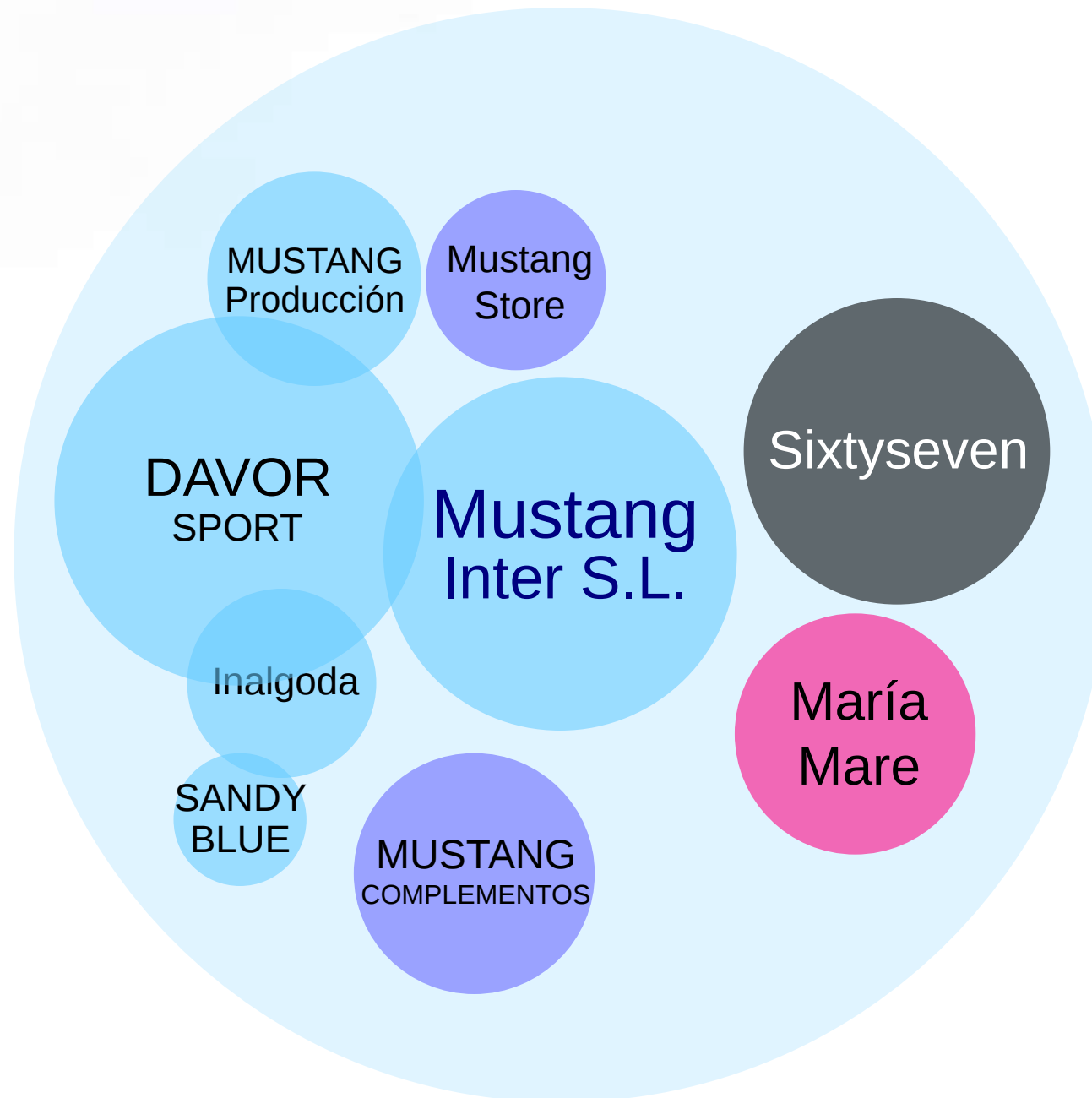
- Escucha y satisfacción necesidades del mercado.
- Gestión optima de recursos.
- Gestión activa de la marca.
- Apuesta por el diseño propio.

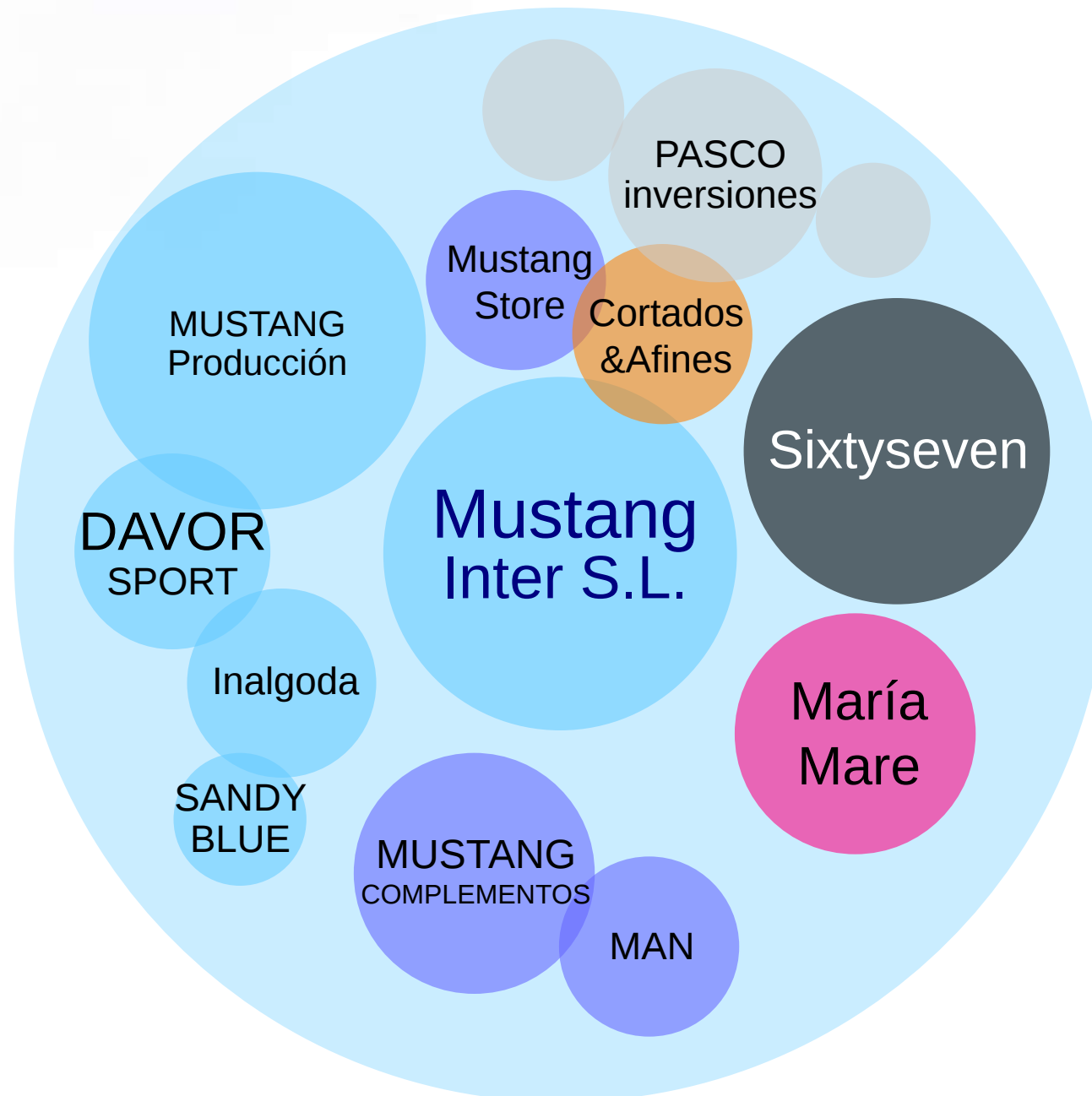
1995

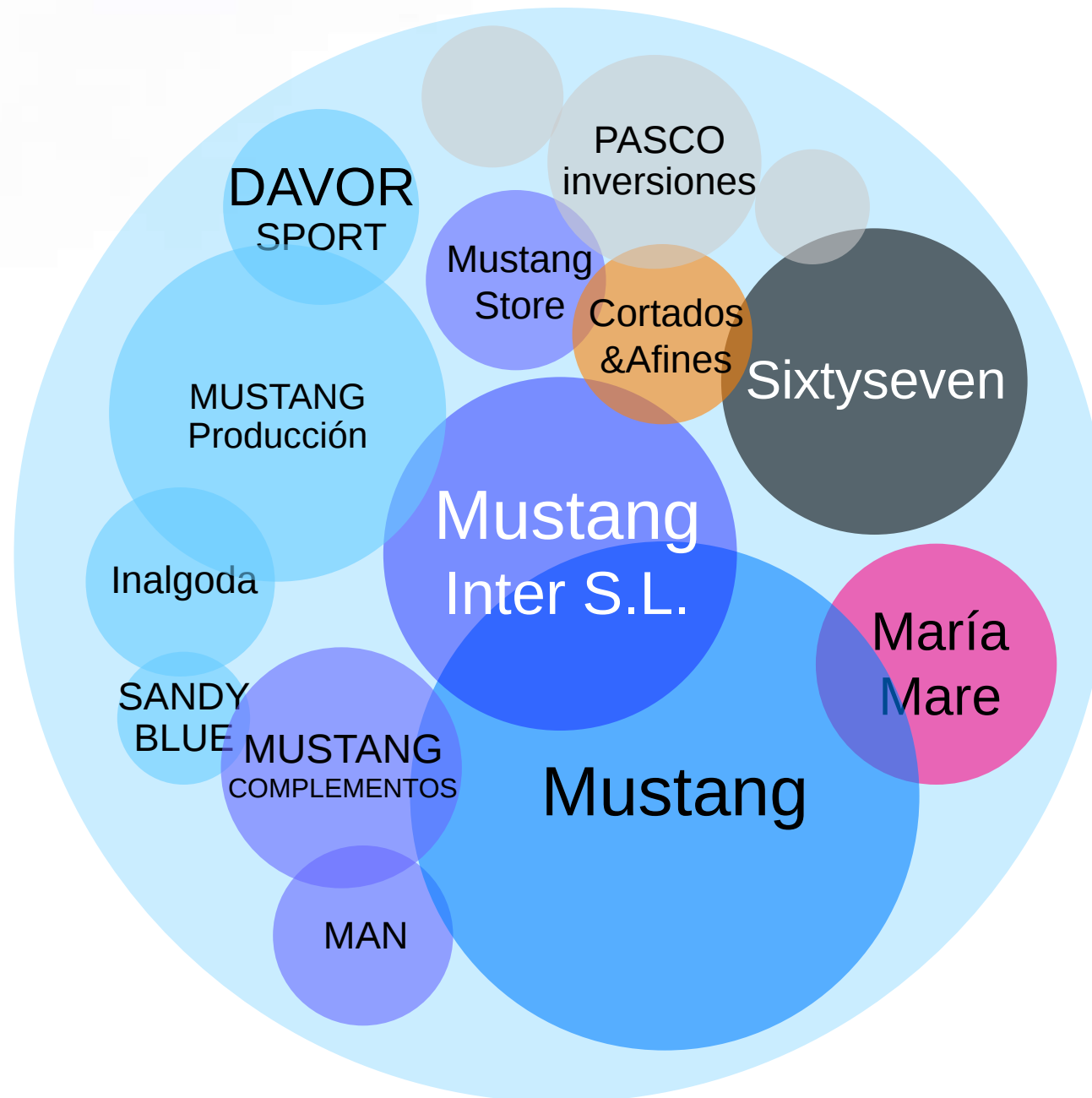
Mustang
Inter S.L.

1999





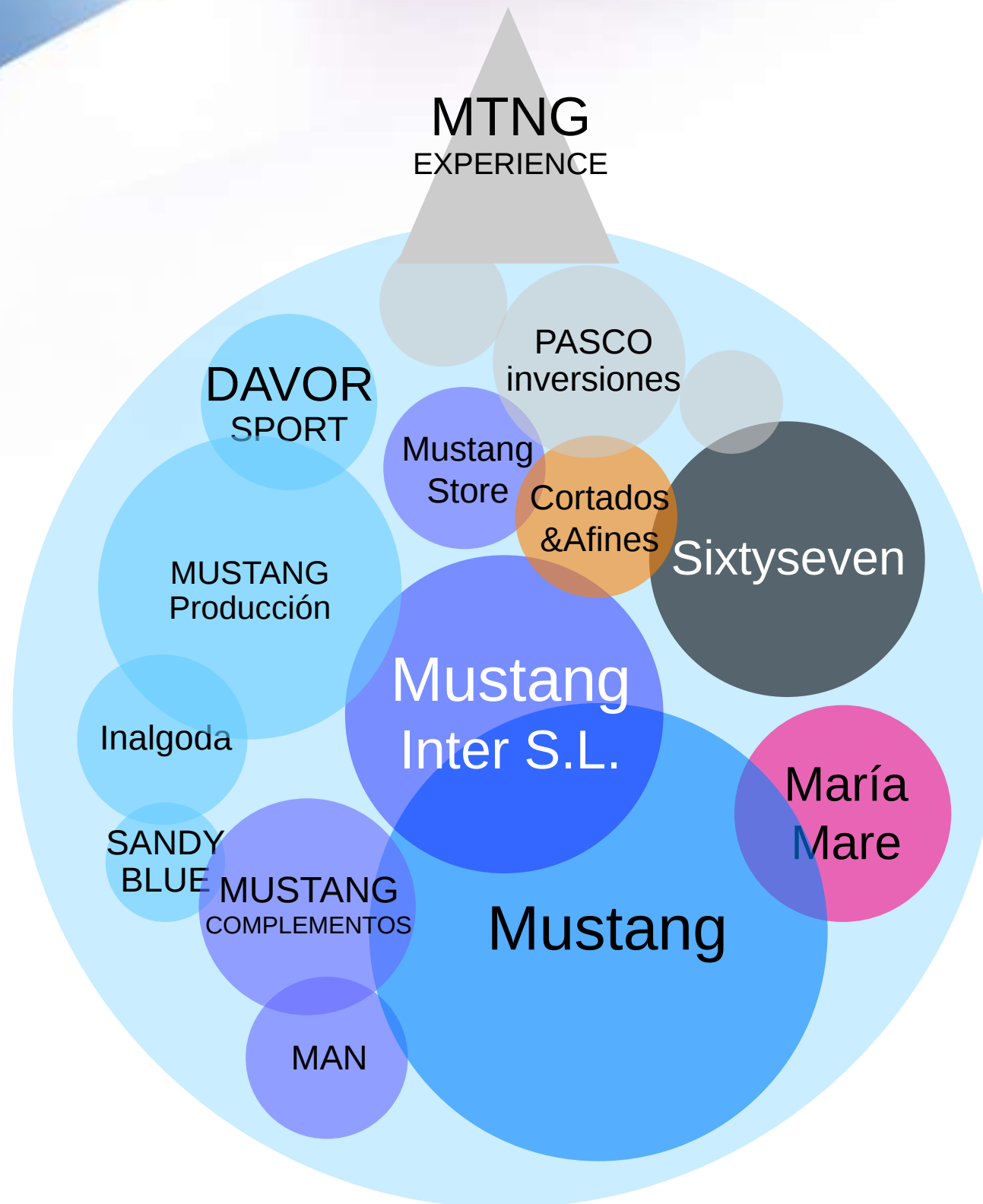


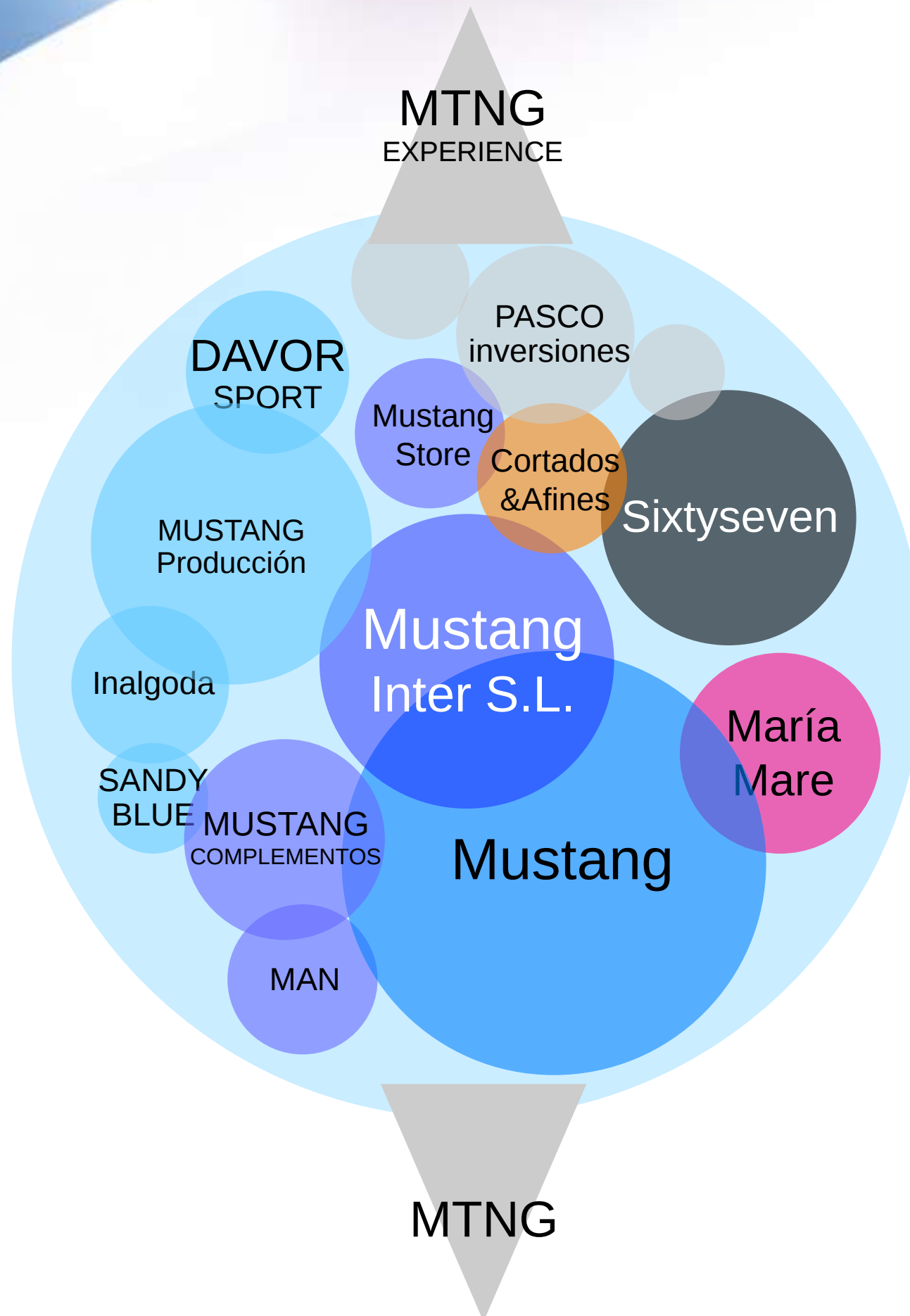


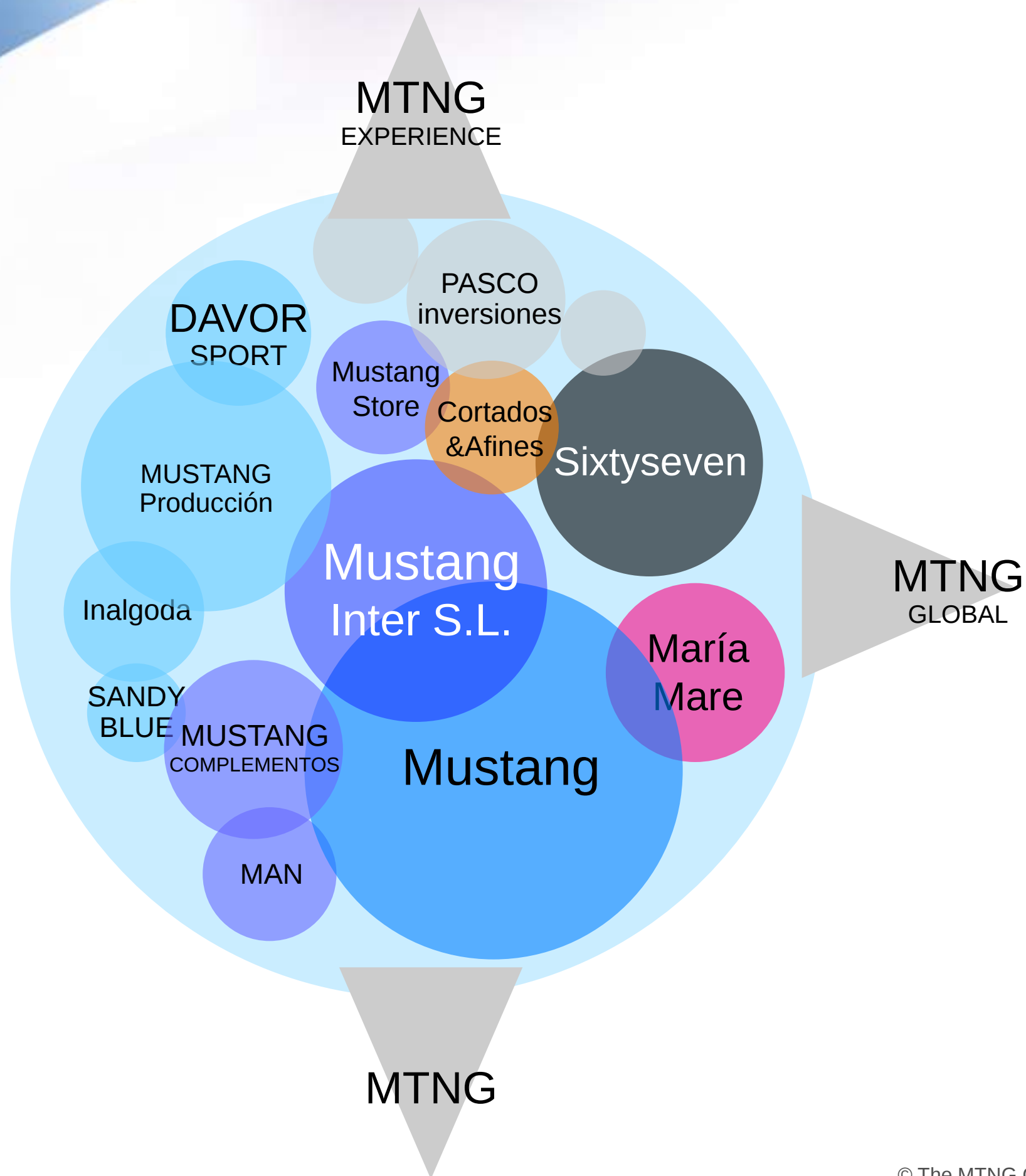
Tercera etapa

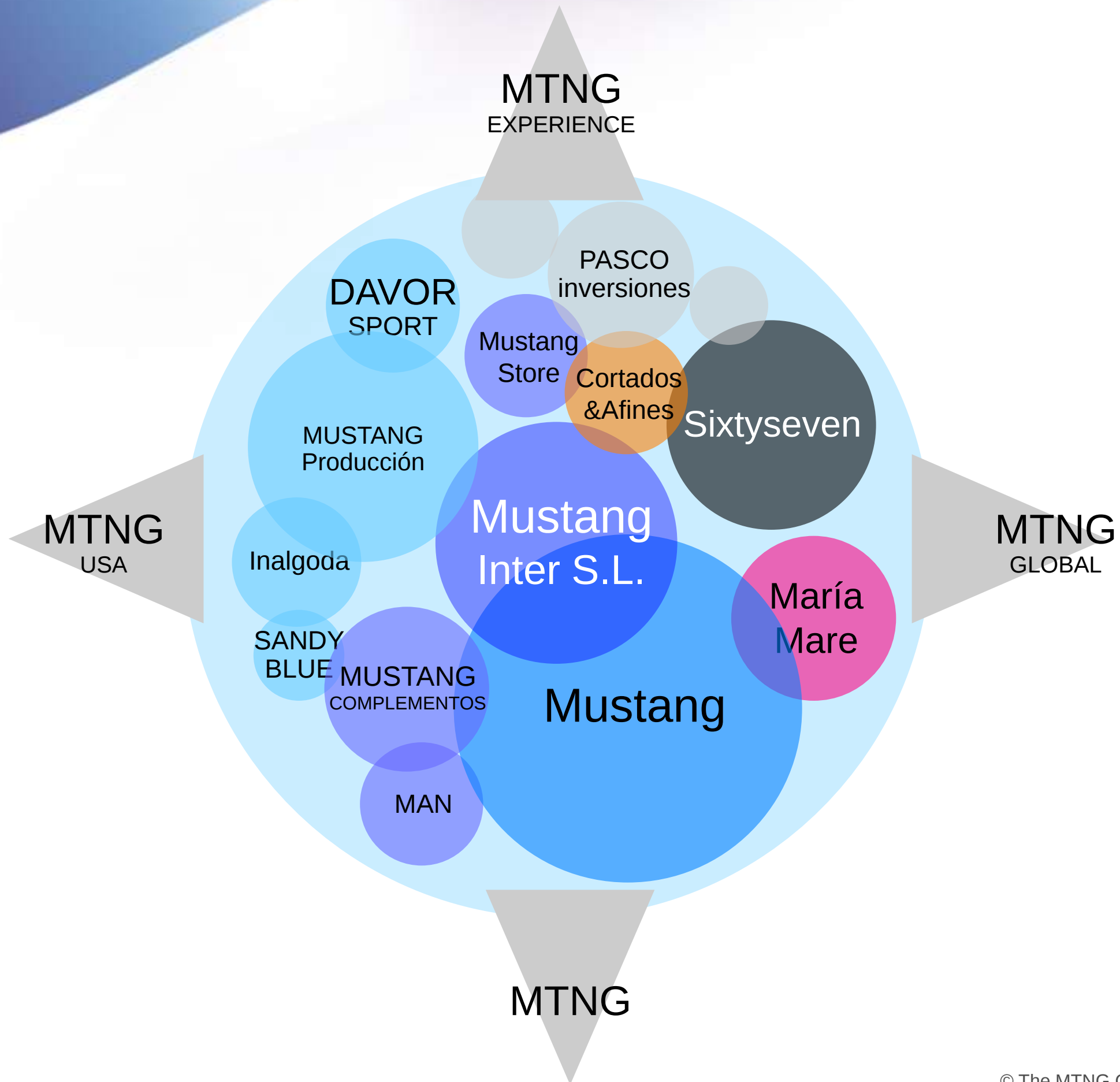
2009-2012

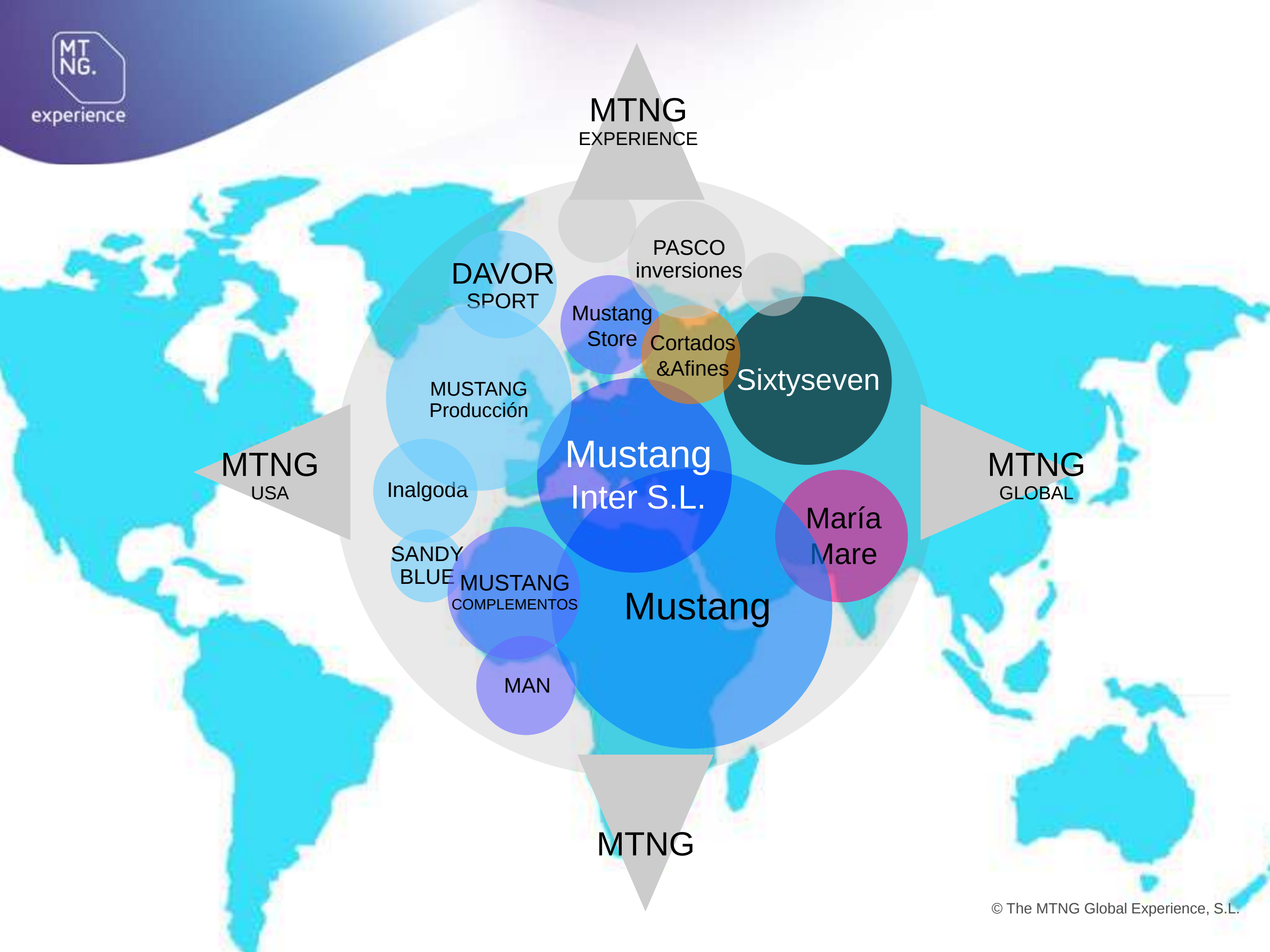












MTNG
EXPERIENCE

MTNG
USA

MTNG
GLOBAL

MTNG

2010...



MTNG Experience!



Solidaridad.

así entendemos la RSC



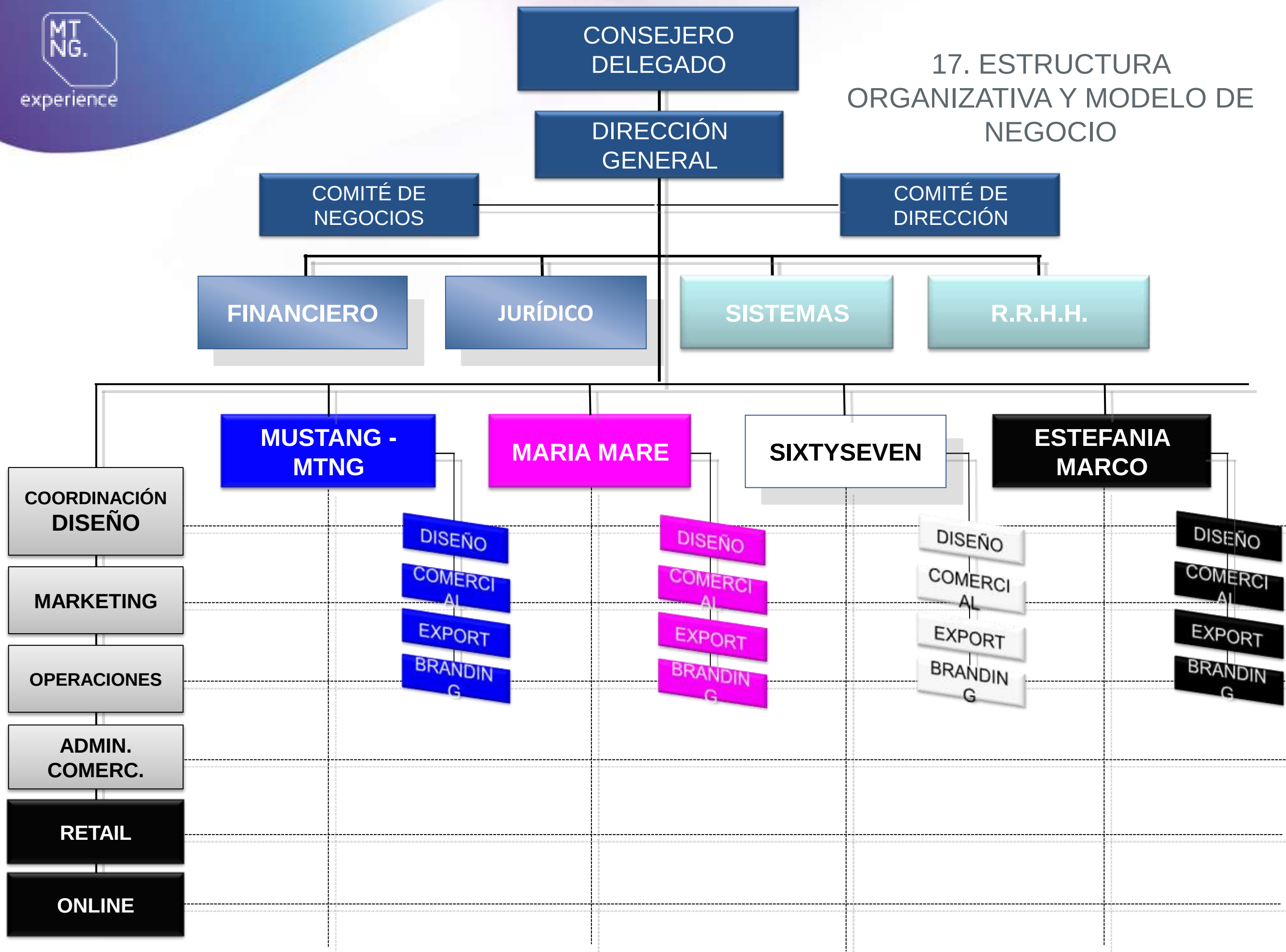
FUNDACIÓN
**PASCUAL
ROS AGUILAR**

MAG

MUSTANG
ART
GALLERY



17. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y MODELO DE NEGOCIO



¿Cómo diseñamos?

1. Información.

Históricos de venta & análisis del mercado y la competencia.



Información

Estrategia

Creatividad

Conversación

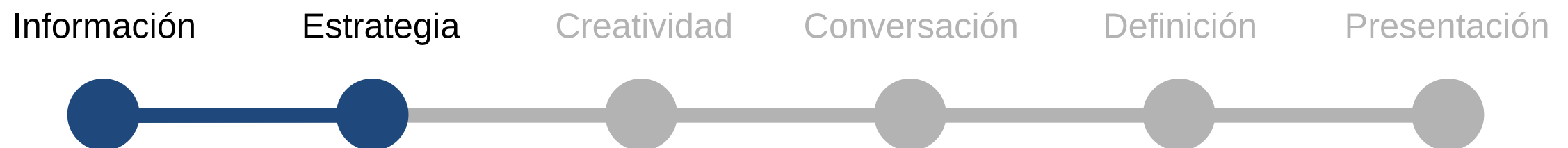
Definición

Presentación



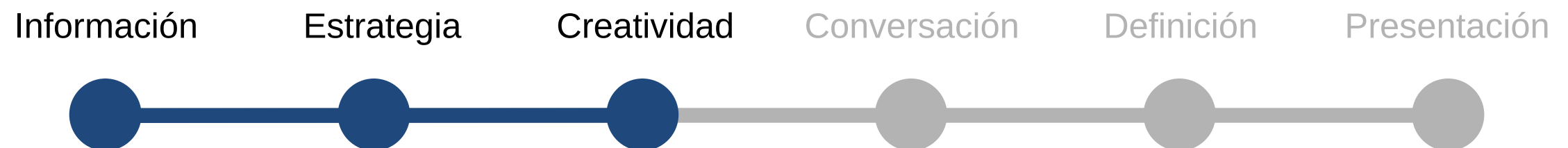
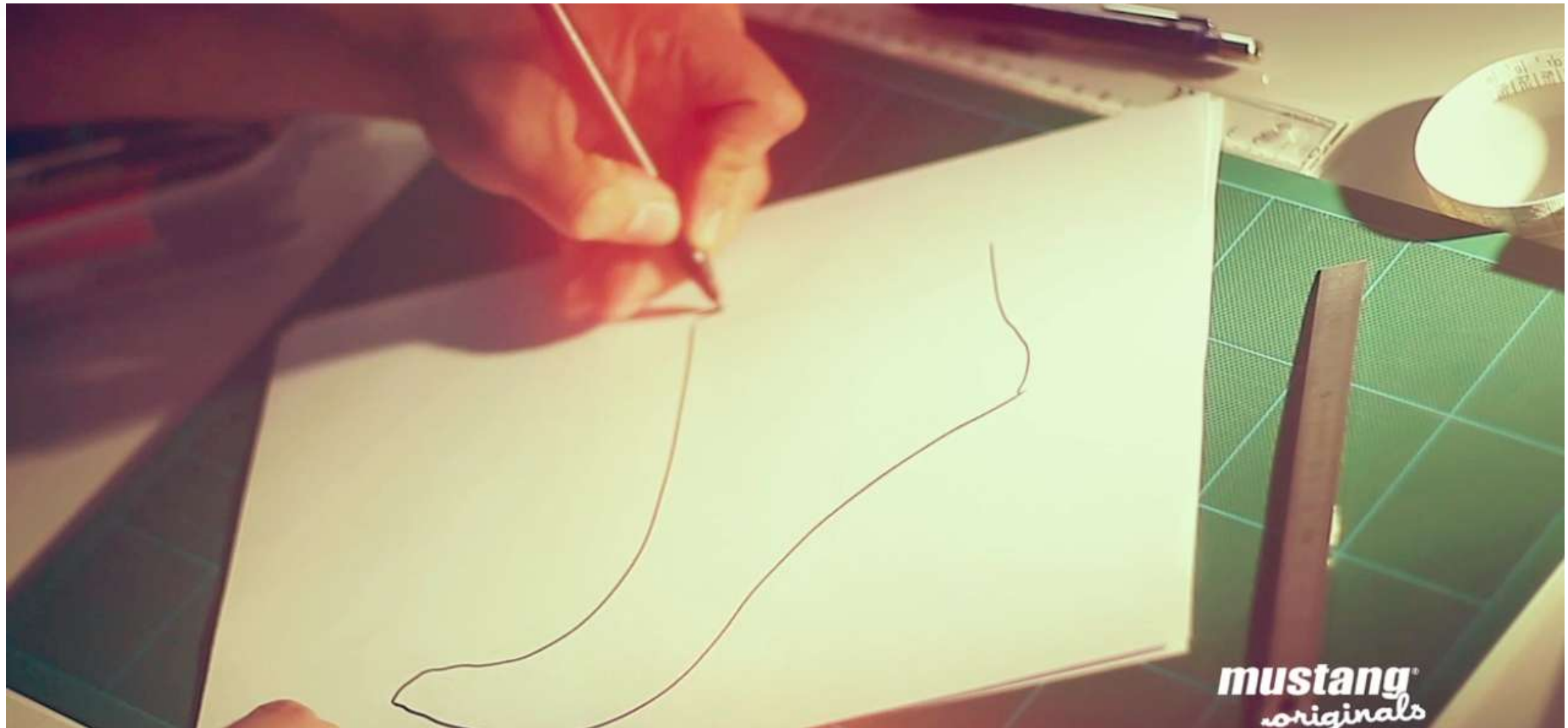
2. Estrategia.

MKT y Comunicación entran en juego para seleccionar los inputs de referencia.



3. Creatividad.

Se plasman y desarrollan las propuestas de los equipos de Diseño.



4. Conversación.

Se fusionan las propuestas con los intereses comerciales.

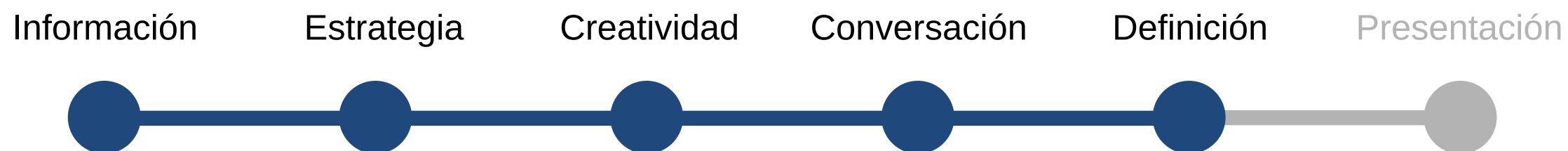


Información Estrategia Creatividad Conversación Definición Presentación



5. Definición.

Industrialización, pricing y aprovisionamiento.



6. Presentación.

Test definitivo en las diferentes acciones de presentación comercial.

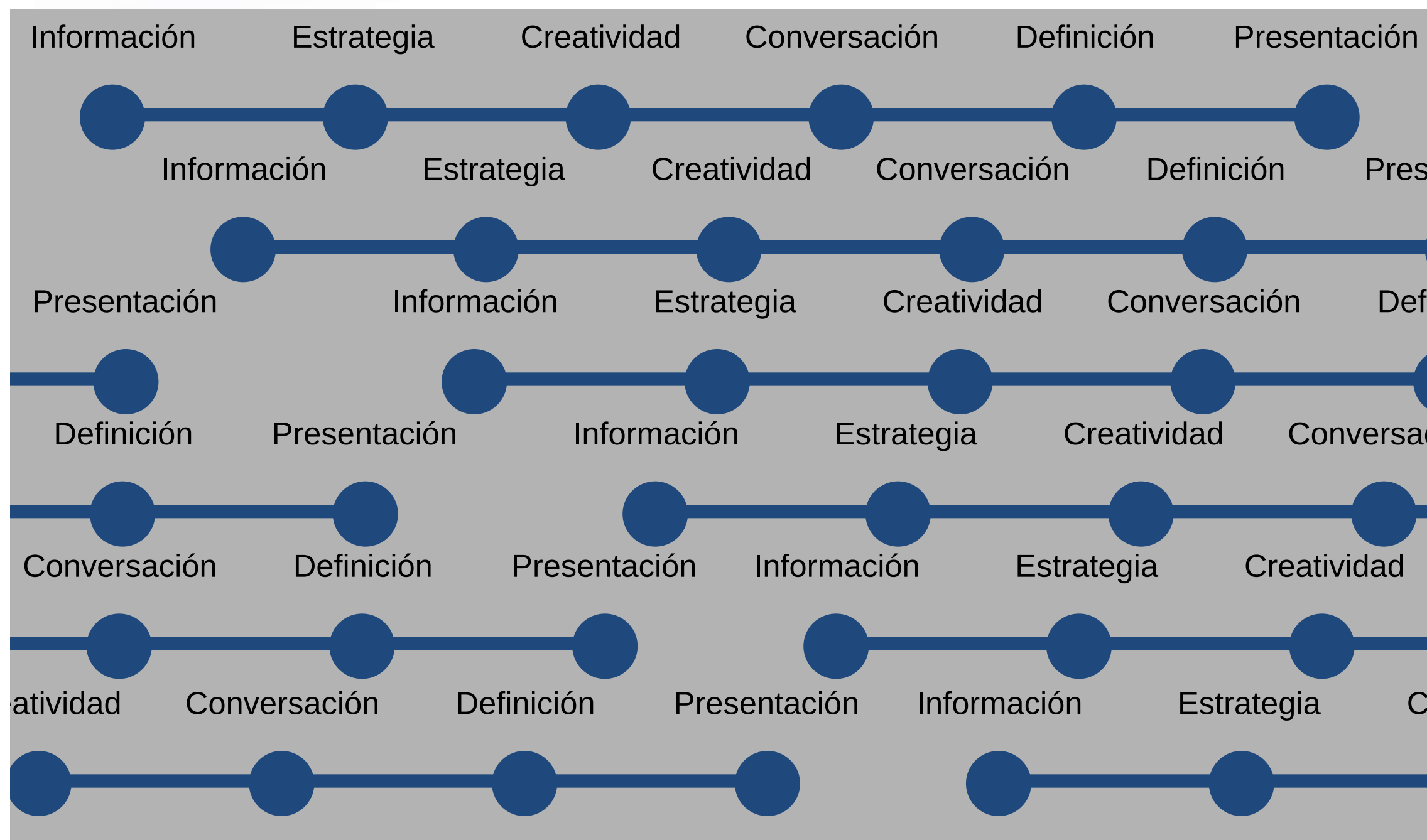


Información Estrategia Creatividad Conversación Definición Presentación



Permanente.

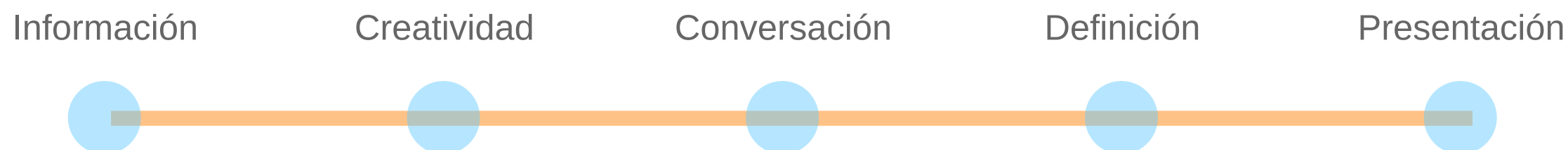
Este proceso realmente es continuo, las temporadas se multiplican.



7. Timming.

Aplicación de procesos sobre FW. 2013-2014

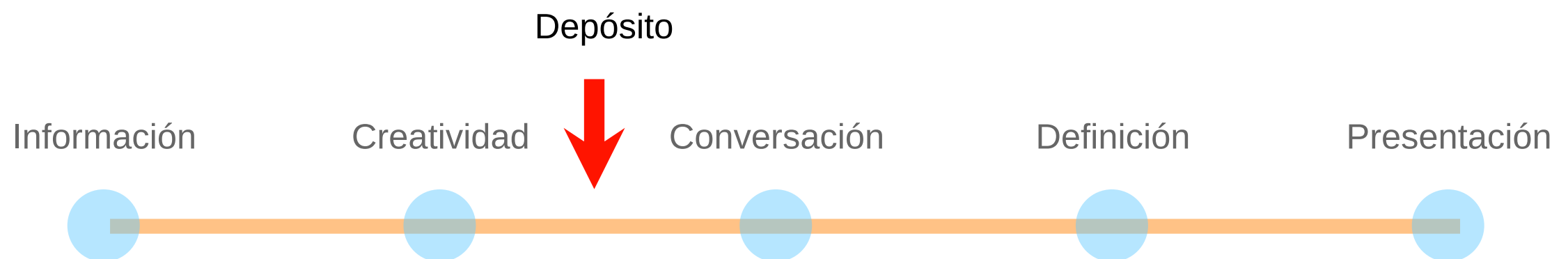
- 1 FASE. 01/08/2012 a 15/09/2012. (Datos, información, parrilla, viajes, etc)-
- 2 FASE. 16/09/2012 a 15/11/2012. (Elaboración de la propuesta creativa)-
- 3 FASE. 01/12/2012 a 20/12/2012. **WORK SHOW**: FUSION CREATIVA-COMERCIAL.-
- 4 FASE. 20/12/2012 a 01/03/2013. DEFINICION DE MUESTRAS E INDUSTRIALIZACIÓN..-
- 5 FASE. 01/03/2013 a 31/03/2013. FERIAS. INVERNO 2013.



6. Timming.

Aplicación de procesos sobre FW. 2013-2014

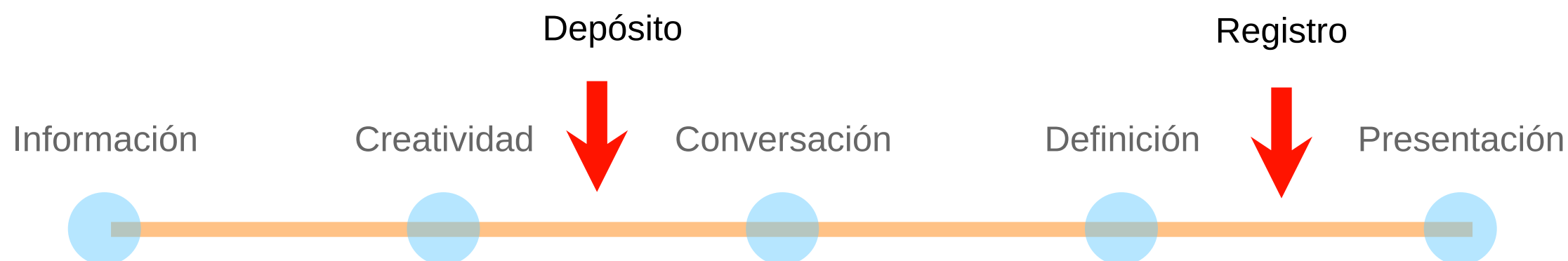
- 1 FASE. 01/08/2012 a 15/09/2012. (Datos, información, parrilla, viajes, etc)-
- 2 FASE. 16/09/2012 a 15/11/2012. (Elaboración de la propuesta creativa)-
- 3 FASE. 01/12/2012 a 20/12/2012. **WORK SHOW**: FUSION CREATIVA-COMERCIAL.-
- 4 FASE. 20/12/2012 a 01/03/2013. DEFINICION DE MUESTRAS E INDUSTRIALIZACIÓN..-
- 5 FASE. 01/03/2013 a 31/03/2013. FERIAS. INVERNO 2013.



6. Timming.

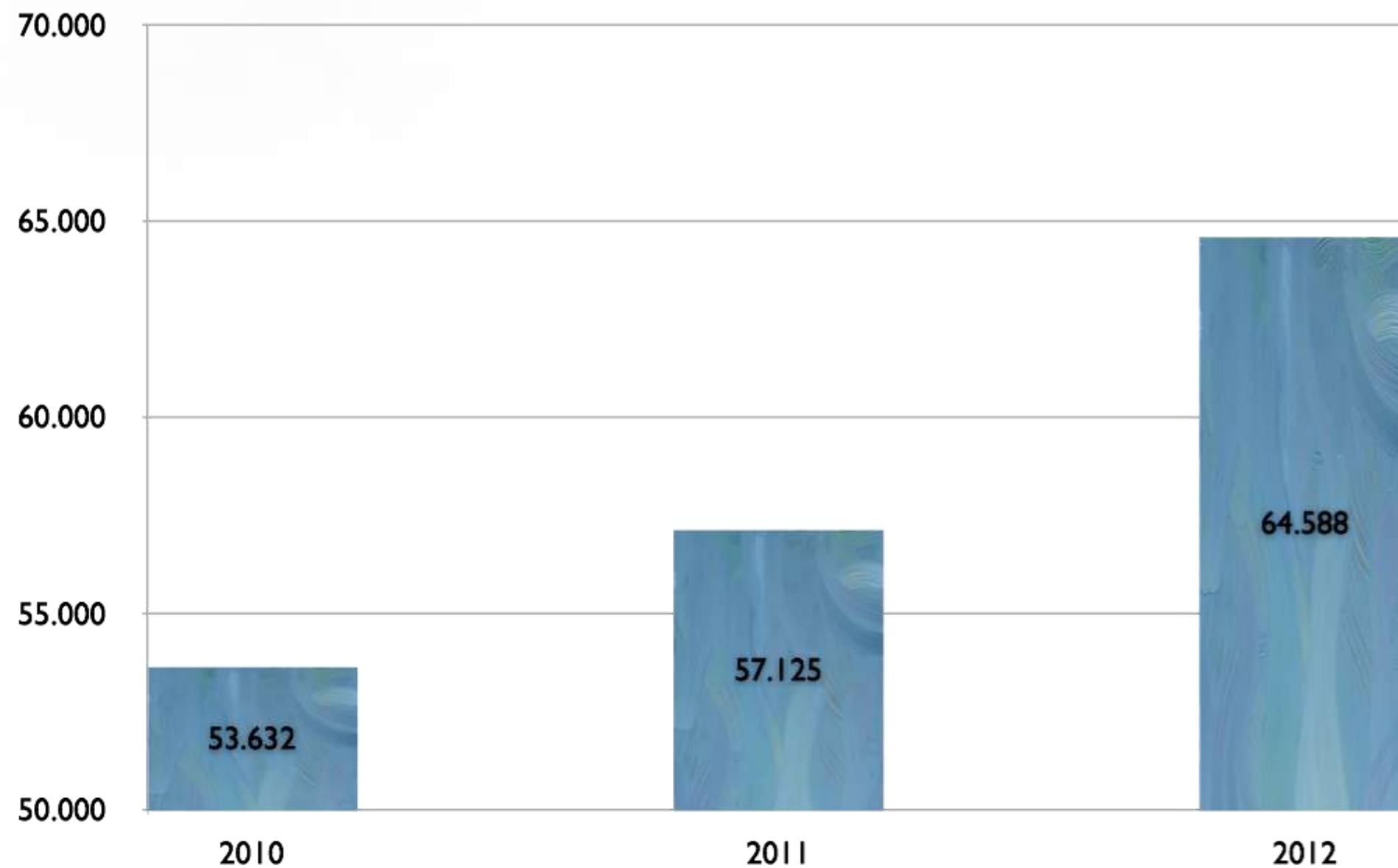
Aplicación de procesos sobre FW. 2013-2014

- 1 FASE. 01/08/2012 a 15/09/2012. (Datos, información, parrilla, viajes, etc)-
- 2 FASE. 16/09/2012 a 15/11/2012. (Elaboración de la propuesta creativa)-
- 3 FASE. 01/12/2012 a 20/12/2012. **WORK SHOW**: FUSION CREATIVA-COMERCIAL.-
- 4 FASE. 20/12/2012 a 01/03/2013. DEFINICION DE MUESTRAS E INDUSTRIALIZACIÓN..-
- 5 FASE. 01/03/2013 a 31/03/2013. FERIAS. INVERNO 2013.



Resultados.

Facturación durante los 3 últimos años.



Estudio de mercado.

Notoriedad de marca sobre el TARGET específico.

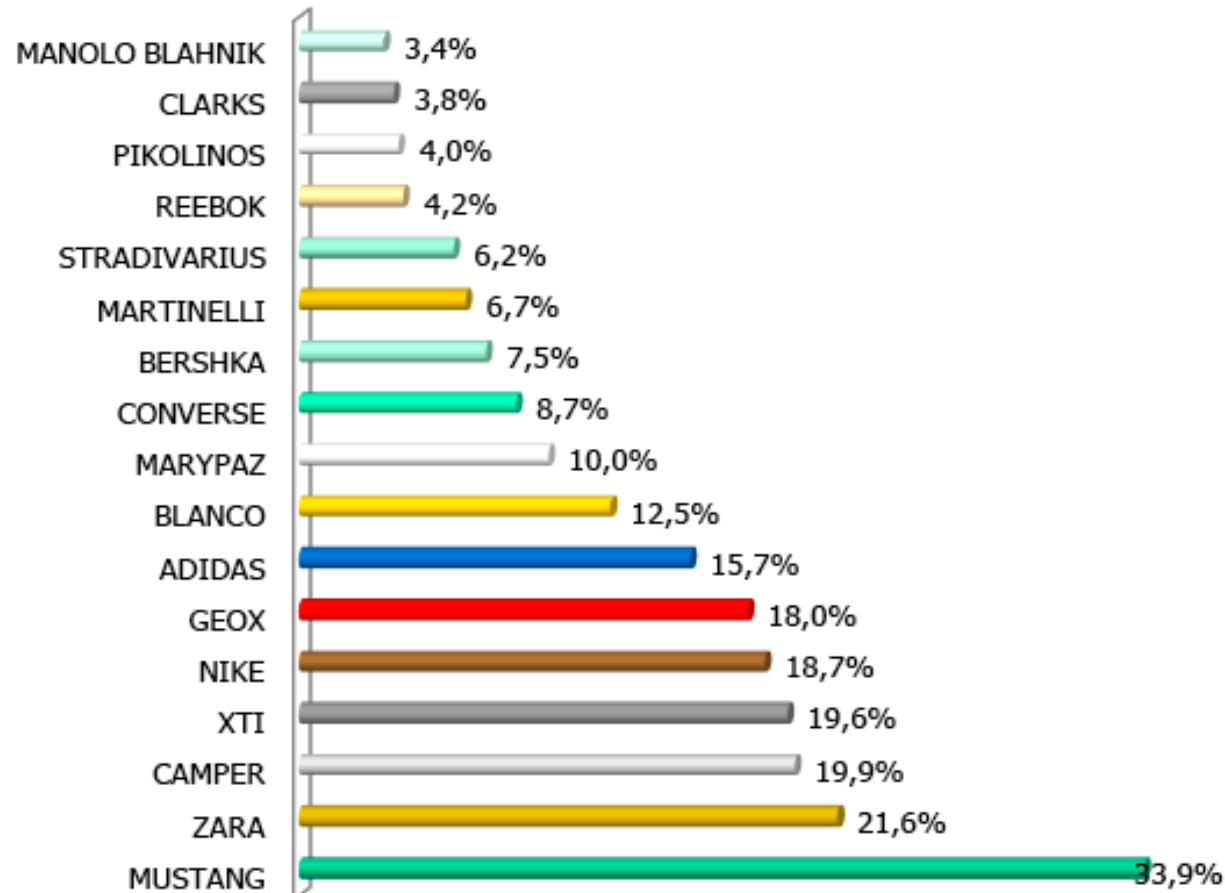


P.1 Marcas que conocen espontáneo suma de menciones

Se han eliminado las respuestas con un porcentaje menor de 3,4%

Año 2011

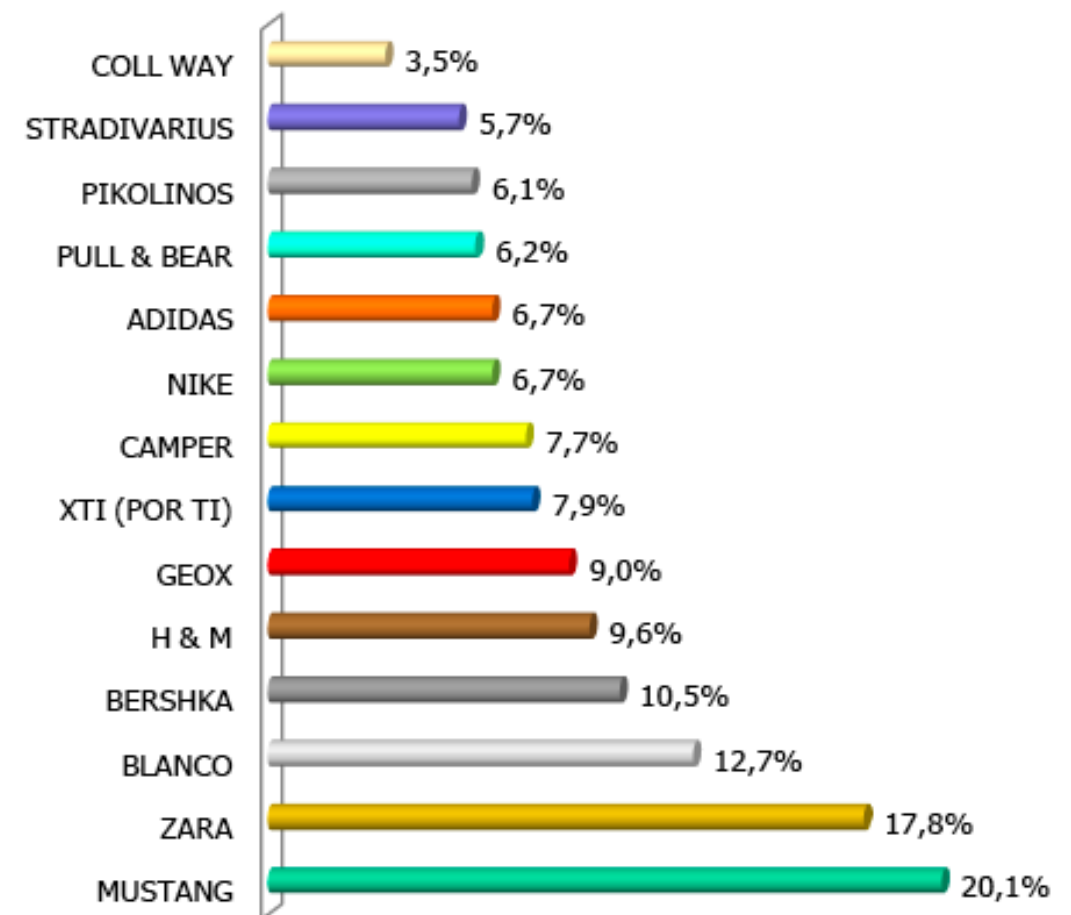
Marcas que conocen espontáneo suma de menciones



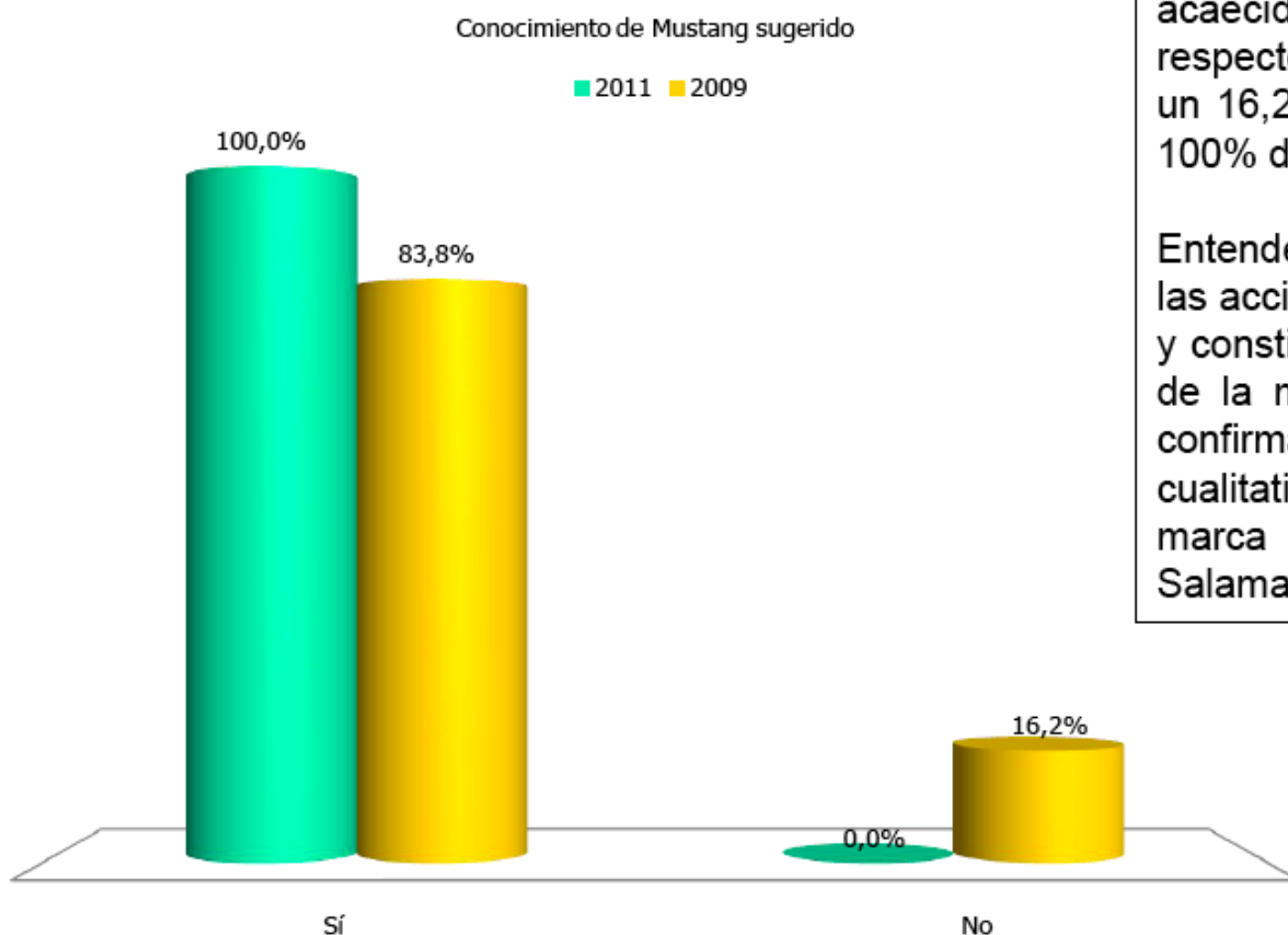
Se han eliminado las respuestas con un porcentaje menor de 3,5%

Año 2009

Marcas que conocen espontáneo suma de menciones



P.3 Conocimiento de Mustang sugerido



Enormemente significativo es el cambio acaecido en el conocimiento de Mustang, respecto al 2009 se ha incrementado en un 16,2% pasando a ser conocida por el 100% de las entrevistadas.

Entendemos que este cambio responde a las acciones llevadas a cabo por la marca y constituyen un salto en el conocimiento de la misma muy importante, salto que confirma los datos recogidos en la parte cualitativa referidos a la publicidad de la marca con los personajes de Amaia Salamanca y Mario Casas.

Base total 2009
1011

Base total 2011
1001

Estudio de mercado.

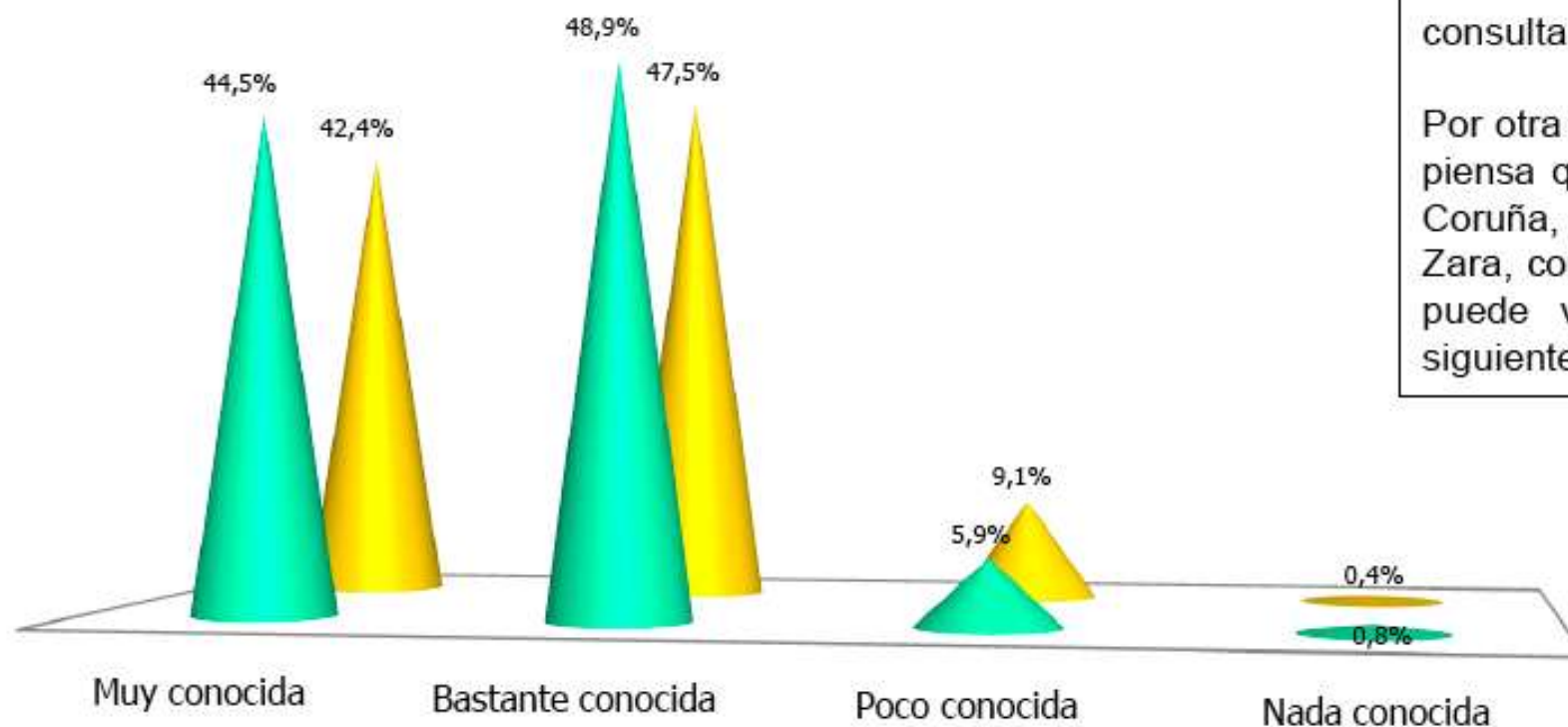
Notoriedad de marca sobre el TARGET específico.



P.11 Opinión sobre el nivel de conocimiento de Mustang

Opinión sobre el nivel de conocimiento de Mustang

■ 2011 ■ 2009



En conjunto el nivel de conocimiento atribuido a la marca en 2011 es mayor que el atribuido en 2009, por lo tanto, parece claro que en este periodo la marca ha mejorado su difusión entre las usuarias, como confirman además los resultados de la P.3 sobre el conocimiento de marca con un 100% de las consultadas.

Por otra parte, destaca que el lugar donde se piensa que la marca es muy conocida es en Coruña, el lugar por excelencia de dominio de Zara, con un 63,5% de las consultadas como puede verse en el gráfico de la pagina siguiente.

Base 2011 conocen
Mustang 1001

Base 2009 conocen
Mustang 847

Inconformismo

¿y por qué no?

SUEÑOS superación

locura

pasión

fantasía

ilusión

atrevimiento



experience

everything is possible.