

DIFERENCIACIÓN A TRAVÉS DEL DISEÑO Y DE LA MARCA

Fecha 19 de noviembre

Lugar

ESDIR

Escuela de Diseño de La Rioja. Avd. La Paz, 9. 26004 Logroño

Colabora



11.00h

Inauguración

Javier Ureña, Gerente de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER)

11.10h

Marca: El poder de la diferenciación

Belén Luengo, Jefe de Servicio de Examen Marcas Internacionales y Comunitarias. Oficina Española Patentes y Marcas (OEPM)

11.50h

Diseño Industrial: Cómo dar valor a mi producto

Almudena Fernández. Técnico Superior Examinador. Dpto. Patentes e Inf. Tecnológica. Oficina Española Patentes y Marcas (OEPM)

12.30h

El papel del Centro Regional

Milagros Uruñuela. Técnico Operativo. Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER)

12.50h

The Art Company: Experiencia de empresa riojana

Jorge Martínez Núñez. Consejero de Marketing. The Art Company

13.15h

Coloquio



**Cátedra de
Innovación y
Propiedad Industrial**
Carlos Fernández-Nóvoa



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas

EOI Escuela de
organización
industrial

MARCA: EL PODER DE LA DIFERENCIACIÓN

Logroño, 19 de noviembre de 2015

Belén Luengo García

**Jefe de servicio de Marcas Internacionales y Comunitarias
Oficina Española de Patentes y Marcas**

“Se puede cambiar la fórmula de un producto, su color, su empaque, su precio y su posicionamiento.
Pero no se puede cambiar su nombre sin comenzar de nuevo”





el derecho de marca
NACE solo
con

el registro

que otorga

dcho exclusivo uso marca mercado

y permite

ejercer acciones frente a imitadores y usurpadores

¿Para qué sirven las marcas?

Garantiza que los consumidores distingan los productos o servicios

Permite a las empresas diferenciar sus productos o servicios

Es un instrumento de comercialización

Permite proyectar la imagen y la reputación de una empresa

Es un medio de fidelización de los consumidores

Las empresas invierten en la mejora de la calidad de sus productos

LOS SIGNOS DISTINTIVOS

Marca



Todo signo que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.

Nombre Comercial



Todo signo que identifique a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

MARCAS

Distintivo que sirve para identificar los productos y servicios de una empresa en el mercado.

* Art. 4 LM: Se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras



NOMBRE COMERCIAL

Distintivo que sirve para identificar a una empresa en el ejercicio de su actividad empresarial en el mercado.

* Art. 87 LM: Se entiende por nombre comercial todo signo susceptible de representación gráfica que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.



⇒ **Macotrans, S. Coop.**

DENOMINACIONES SOCIALES Y MARCAS

denominación social: Bernardo Alfageme, S.A.

nombre comercial: Conservas Alfageme



¿QUÉ PUEDE SER MARCA?

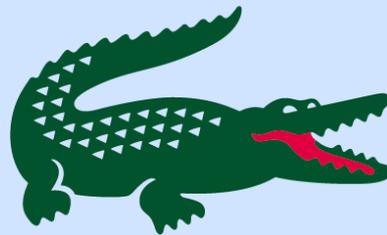
- Las palabras o combinaciones palabras.
- Las imágenes, figuras, símbolos y dibujos.
- Las letras, cifras y sus combinaciones.
- Las formas tridimensionales (envoltorios, envases y la forma del producto o de su presentación).
- Los signos sonoros.
- Cualquier combinación de los anteriores

¿QUÉ PUEDE SER MARCA?

Las palabras o combinaciones palabras

- ❖ Dulcilia
- ❖ Porque yo lo valgo
- ❖ El Juli

Las imágenes, figuras, símbolos y gráficos



¿QUÉ PUEDE SER MARCA?

Las letras, las cifras y sus combinaciones



Las formas tridimensionales



EJEMPLO DE MARCAS

ARMAND BASI

Una palabra o grupo de palabras:

- Marca Denominativa



Un Logotipo:

- Marca Gráfica

EJEMPLO DE MARCAS



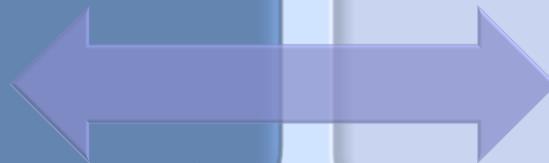
**Combinación de
Letras y Logotipo:**

- **Marca Mixta**



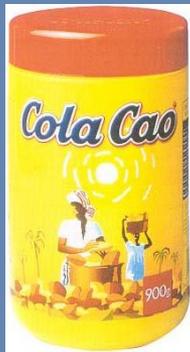
Forma del Producto:

- **Marca Tridimensional**



MARCAS DE PRODUCTO O DE SERVICIO

Marca de
Productos



Marca de
Servicios



¿QUÉ INCLUYO EN

LA LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS?

5. LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLASE	(24) PRODUCTOS Y SERVICIOS
30	BOMBONES, CAMELOS, CHOCOLATES Y PASTELES
31	FRUTAS FRESCAS
32	ZUMOS DE FRUTAS
35	SERVICIOS DE VENTA AL MENOR EN COMERCIO DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA, FRUTERÍA Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

Clasificación de Niza

Las marcas se registran para **productos** o **servicios** siguiendo esta clasificación.

- Hay **45 clases**. Cada clase comprende una pluralidad de productos o servicios relacionados entre sí.

¿QUÉ DEBE TENERSE EN CUENTA AL ELEGIR O CREAR UNA MARCA?

- Compruebe que la marca elegida cumple todos los requisitos legales de registro
- Realice una búsqueda de marcas registradas para asegurarse de que la marca no es idéntica o tan similar a otra que pueda inducir a confusión
- Asegúrese de que la marca sea fácil de leer, escribir, deletrear y recordar y que se preste a todo tipo de medios publicitarios
- Asegúrese de que la marca no tiene connotaciones negativas ni en su propio idioma ni en ninguno de los idiomas de los mercados de exportación potenciales
- Compruebe la posibilidad de registrar el nombre de dominio correspondiente, es decir, la dirección de Internet

¿QUÉ SIGNO ELIJO?

Fácilmente retenible por el consumidor

→ No muy complicado

→ Que suene bien

→ Atractivo

ZARA

SONY

Coca-Cola

Con fuerza distintiva

→ Signo de fantasía

→ Signo original

→ Mejor con gráfico que sólo denominación

IKEA®

 Chiruca


expo Zaragoza
empresarial

QUÉ HAY QUE EVITAR

Los signos débiles



vocablos y/o gráficos que designen género, calidad, origen, destino de productos o servicios

NO

- “MERMELADA” productos alimenticios
- “ANTIGRIPAL” productos farmacéuticos
- “GRAN SABOR” productos alimenticios

SÍ

- MARCA MIXTA
- MARCA MIXTA
- MARCA MIXTA



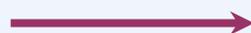
QUÉ HAY QUE EVITAR



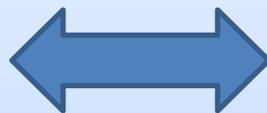
Cátedra de
Innovación y
Propiedad Industrial
Carlos Fernández-Nóvoa



Los signos débiles



vocablos y/o gráficos que
designen género, calidad,
origen, destino de productos
o servicios



QUÉ HAY QUE SABER ANTES DE SOLICITAR LA MARCA

SI EL SIGNO
ESTÁ
DISPONIBLE

GRATIS
LOCALIZADOR
MARCAS
WWW.OEPM.ES

PREVIO PAGO
BUSQUEDA
SEMEJANZAS



Servicio de consultas - Localizador de Marcas por Den...

LOCALIZADOR DE MARCAS
BÚSQUEDA POR DENOMINACIÓN

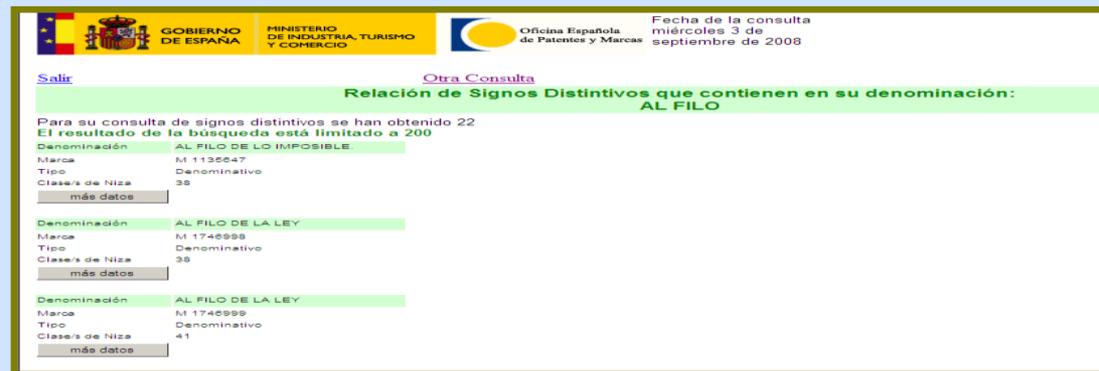
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO Oficina Española de Patentes y Marcas

LOCALIZADOR DE MARCAS NACIONALES Salir Volver al menú

Denominación: Contenga

Modalidad: Todas

Localizar Borrar



Fecha de la consulta: miércoles 3 de septiembre de 2008

[Salir](#) [Otra Consulta](#)

Relación de Signos Distintivos que contienen en su denominación: AL FILO

Para su consulta de signos distintivos se han obtenido 22
El resultado de la búsqueda está limitado a 200

Denominación	AL FILO DE LO IMPOSIBLE
Marca	M 1135647
Tipo	Denominativo
Clase/s de Niza	39
más datos	
Denominación	AL FILO DE LA LEY
Marca	M 1740998
Tipo	Denominativo
Clase/s de Niza	39
más datos	
Denominación	AL FILO DE LA LEY
Marca	M 1740998
Tipo	Denominativo
Clase/s de Niza	41
más datos	

Otras búsquedas
recomendadas

Nombres de
dominio

Denominaciones
sociales



The screenshot shows the homepage of the red.es dominios website. At the top, there is a navigation bar with the Spanish Government logo, the Ministry of Industry, Tourism and Commerce, and the red.es dominios logo. Below this is a search bar and a list of services: red.es, ONTSI, dominios, RedIRIS, and unbloggen. The main content area features a large banner with the text "¿Está libre tu dominio?" and a list of steps: 1. Dominios, 2. Agente Registrador, 3. ¿Está libre tu dominio?, and 4. Solicita tu dominio. Below the banner is a search bar and a description: "Es una base de datos mundial en la que aparecen los dominios registrados junto con los datos de sus titulares." There is also a video player on the left and a section on the right titled "¿Podemos ayudarte?" with a "Gestionar" button.



The screenshot shows the homepage of the RMC website. At the top, there is a navigation bar with the RMC logo and a search bar. Below this is a login form with fields for "Usuario" and "Password" and an "Entrar" button. The main content area is divided into three columns: "CONSULTA DE INFORMACIÓN OBTENIDA A TRAVÉS DE TARJETA", "SOLICITUDES DE CERTIFICADOS DE DENOMINACIÓN SOCIAL", and "SOLICITUDES DE CERTIFICADOS DE DENOMINACIÓN SOCIAL". The first column has a link to "CONSULTAS EFECTUADAS EN LAS ÚLTIMAS 24h" and an "Acceder" button. The second column has a link to "Volver a consultar denominaciones sociales de las últimas 48h" and an "Acceder" button. The third column has a link to "Seguimiento del estado de las solicitudes de certificado de denominación social." and an "Acceder" button. At the bottom, there is a search bar with fields for "Documento", "N.I.F./C.I.F.", "Clave", and a "Buscar" button. On the right side, there is a sidebar with a "Portada" button, a "MI AREA" button, and a "Recuperación de Información de Transacciones con Tarjeta" button. Below this is a list of services: "Consulta de Información", "Buscador de Facturas", "INFORMACION GENERAL", "Acceso a los Servicios del Registro Mercantil Central (Suscripción-Pago Tarjeta)", "Localización y Contacto", "Direcciones de Registros Mercantiles", "Documentación General y Descargas", "SOCIEDADES INSCRITAS", and "Nombre Social - CIF".

PRINCIPALES CAUSAS DE DENEGACIÓN DE LA SOLICITUD

FUNDAMENTO DE LAS PROHIBICIONES ABSOLUTAS

- Falta de distintividad o licitud
- Interés general
- Examen de oficio
- Imprescriptibilidad

COMPARACIÓN CON LAS PROHIBICIONES RELATIVAS:

- Falta de disponibilidad
- Interés particular
- Oposición
- Prescripción acciones

PROHIBICIONES ABSOLUTAS

POR FALTA DE DISTINTIVIDAD(Art. 5.1 LM):

- a) Los signos no conformes con el concepto legal de marca (art.4.1). Representación gráfica.
- b) Los signos que carezcan de carácter distintivo (signos banales o complejos).
- c) Los signos genéricos y descriptivos.
- d) Los signos usuales.
- e) Las formas impuestas por la propia naturaleza del producto, por razones técnicas o que den un valor sustancial al producto.

PROHIBICIONES RELATIVAS

POR INCOMPATIBILIDAD CON SIGNOS ANTERIORES REGISTRADOS

- Signos anteriores: marcas y nombres comerciales ya registrados o prioritariamente solicitados
- Incompatibilidad: si hay riesgo de confusión entre los signos por existir semejanza entre ellos y entre los productos o servicios protegidos

Riesgo de confusión



PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD

Consistente en que la marca identifica unos productos o servicios concretos de tal manera que podrán existir distintivos iguales o semejantes siempre y cuando se refieran a productos o servicios diferenciados



¿Dónde registro? ¿En qué mercado/s pretendo vender mis productos y/o servicios?

Vías de protección:

- ***Nacional (OEPM): España***
- ***Comunitaria: Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI): UE***
- ***Internacional (OMPI): 85 países***

PRESENTACIÓN DE SOLICITUD

EXAMEN FORMAL

EXAMEN DE LICITUD

PUBLICACION DE SOLICITUD

PRESENTACIÓN OPOSICIONES

EXAMEN DE FONDO

CONCESIÓN O DENEGACIÓN

PUBLICACIÓN DE LA RESOLUCIÓN



Cátedra de
Innovación y
Propiedad Industrial
Carlos Fernández-Nóvoa



PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

¿POR QUÉ DEBEN PROTEGERSE LAS MARCAS?

- Porque el registro otorga un derecho de exclusiva.
- Para impedir que terceros no autorizados utilicen una marca idéntica o similar para productos o servicios similares.
- Otorga el derecho de solicitar ante los Tribunales la nulidad de las marcas posteriores confundibles con la suya.
- Otorga el derecho a ceder o conceder licencias y por tanto, fuente directa de ingresos (regalías).
- Representan un factor determinante en los acuerdos de franquicia.
- Pueden ser importantes activos comerciales.
- Pueden ser útiles para obtener financiamiento.

Marcas: Cuestiones básicas

¿Conviene registrar las marcas?

- Sí, siempre

¿Resulta muy costoso registrar una marca?

- En principio no, si bien dependerá del número de clases en que la registremos
- Precio medio de registro en España: 150€ por Clase

¿Cuánto dura una marca?

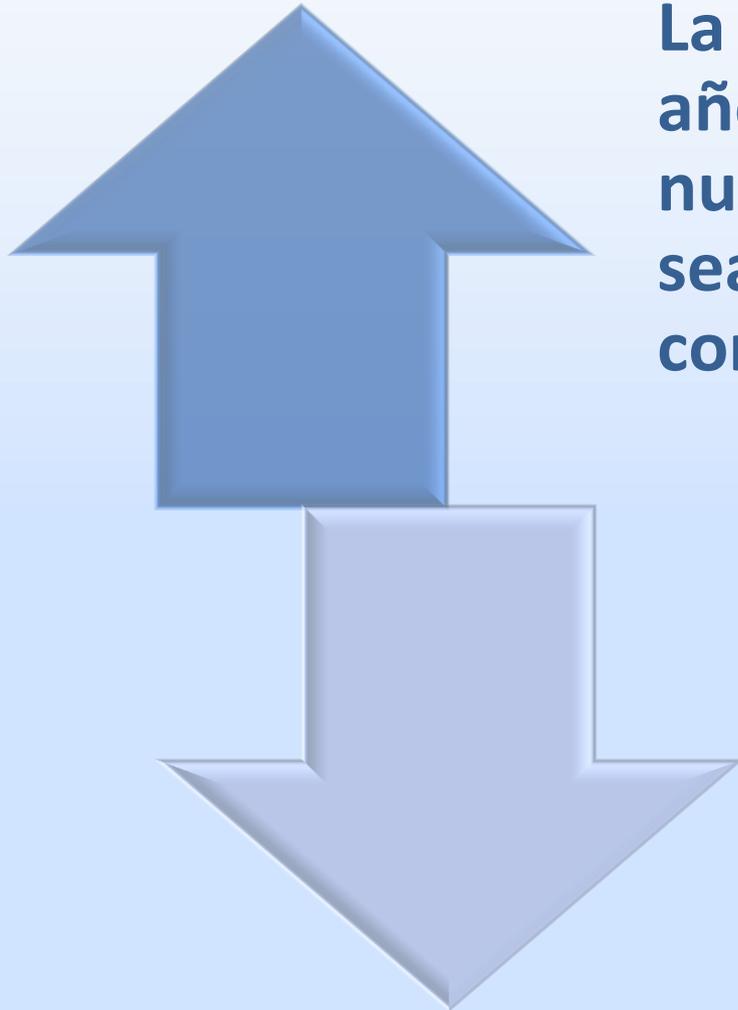
- La marca se concede por 10 años renovables por períodos sucesivos de 10 años sin límite.

CONCEPTO TASA	IMPORTE	OBSERVACIONES
SOLICITUD DE REGISTRO: - MARCA O NOMBRE COMERCIAL	144,58 €	Por la primera clase solicitada
	93,66 €	Por la segunda clase y cada una de la sucesivas
- MARCA COLECTIVA O DE GARANTÍA	289,13 €	Por cada clase solicitada
	187,31 €	Por la segunda clase y cada una de la sucesivas
SOLICITUD DE REGISTRO INTERNACIONAL	43,11 €	Sólo comprende la tasa nacional, con independencia de las que hayan de abonarse a la Oficina Internacional.

B.- Solicitud electrónica de Signos distintivos

CONCEPTO TASA	IMPORTE	OBSERVACIONES
SOLICITUD DE REGISTRO: - MARCA O NOMBRE COMERCIAL	122,89 €	Por la primera clase solicitada
	79,61 €	Por la segunda clase y cada una de la sucesivas
- MARCA COLECTIVA O DE GARANTÍA	245,76 €	Por cada clase solicitada
	159,21 €	Por la segunda clase y cada una de la sucesivas
SOLICITUD DE REGISTRO INTERNACIONAL	36,64 €	Sólo comprende la tasa nacional, con independencia de las que hayan de abonarse a la Oficina Internacional.

RIESGOS DE NO REGISTRAR



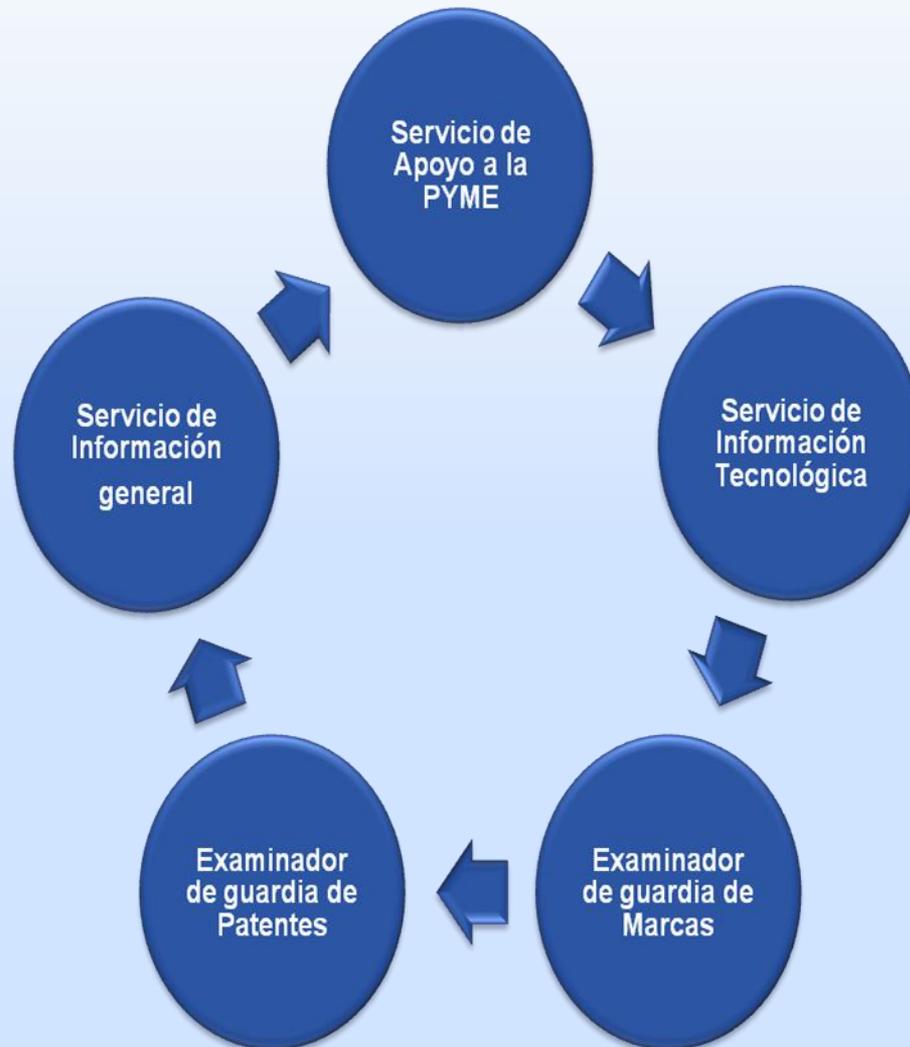
La marca, aunque llevemos años utilizándola no será de nuestra propiedad, salvo que sea una marca notoriamente conocida.

Cualquier persona podría registrarla y , como dueña de la misma, podría incluso obligarnos a quitarla de nuestros productos y/o servicios

Centros Regionales de Información de PI



OEPM: Servicios de atención al público



SERVICIOS DE

INFORMACION GRATUITOS:



Cátedra de
Innovación y
Propiedad Industrial
Carlos Fernández-Nóvoa



Información sobre Propiedad Industrial e Intelectual para PYME y emprendedores:

1. Presencial en la sede de la OEPM.

2. Telefónica:

913495548 y 913496822

3. Correo electrónico

pyme@oepm.es

SERVICIO DE INFORMACIÓN



Usuarios:

- Particulares
- PYME y Emprendedores
- Agentes de la Propiedad

Información de primer nivel

- Cualquier aspecto relativo a marcas, patentes y diseños, especialmente en relación a las solicitudes y renovaciones
- Cualquier tema relacionado con la OEPM
- Diseño "express"

EXAMINADOR DE MARCAS DE GUARDIA



Información de segundo nivel sobre marcas y nombres comerciales:

- Tasas y formularios
- Prohibiciones de registro
- Estado de las solicitudes
- Clasificación de Niza



Cátedra de
**Innovación y
Propiedad Industrial**
Carlos Fernández-Nóvoa



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas

EOI Escuela de
organización
industrial

MUCHAS GRACIAS



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas

DISEÑO INDUSTRIAL: Cómo dar valor a mi producto

Almudena Fernández Pérez
almudena.fernandez@oepm.es

Propiedad Intelectual e Industrial

("Intellectual Property Rights")



invenciones **modelos de utilidad** marcas **diseño** *patentes* trademark

modelos y dibujos industriales *nombres comerciales* **segundos usos médicos** **certificados**

complementarios de protección **diseño comunitario** **patente europea** **marca comunitaria**

derechos de autor **obra literaria** obra artística **obra científica** **obra didáctica** copyright **obra intelectual** *canciones* libros

reproducciones **obras dramáticas** obras cinematográficas **obras audiovisuales** **dibujos** pinturas **libros** folletos **coreografías** grabaciones **sonoras** obras musicales **esculturas** **grabados**



¿Por qué es importante proteger las creaciones de diseño?

Permite obtener **un derecho exclusivo** que excluye de su uso a terceros respecto de las características de apariencia de los diseños y permite conceder licencias.

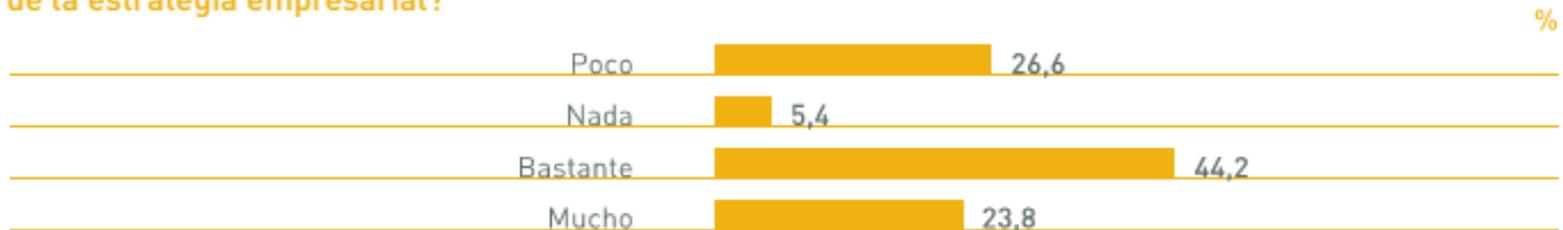
Constituyen importantes activos empresariales que generan ventajas competitivas. Añaden valor al producto llegando en muchos casos a ser el principal motivo de compra de ese producto

Los diseños creativos consiguen dar **fuerza a la imagen corporativa de la empresa** y le añaden prestigio

Cultura empresarial en diseño

Cerca del 70% de las empresas afirma tener en cuenta de alguna manera el diseño en su estrategia.

¿Se tiene en cuenta
el diseño en la definición
de la estrategia empresarial?



La mayoría de las empresas relaciona el diseño con la mejora de ventas y de imagen.

Las empresas no conceden suficiente importancia a la protección del diseño y la innovación.

Menos de un tercio de las empresas protege legalmente sus diseños y un elevado porcentaje (15,8%) dice desconocer esta cuestión.

¿Ha protegido legalmente
diseños gráficos o de producto?



Sistema de protección utilizado

%



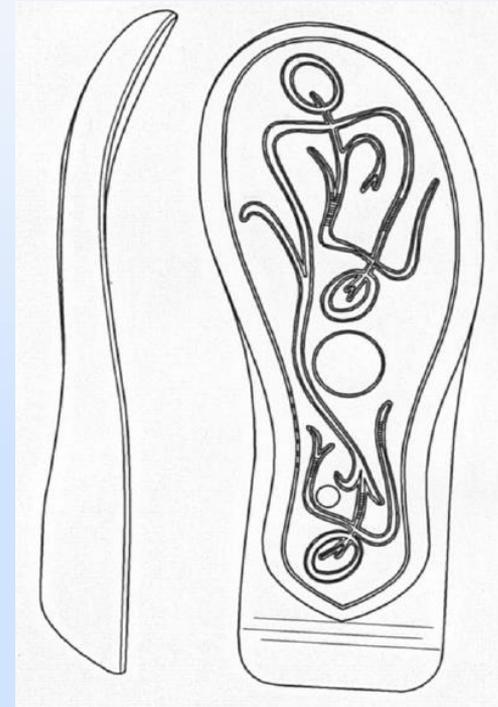
D0515167



CAMPER



Combinación de mejoras funcionales (P), características de apariencia (D) y marca (M)



**Diseño:
I0157376**

Diseño: “es la aparencia de una parte o de la totalidad de un **producto** que deriva de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación.”

Implica la **necesidad de forma física, visible**. Excluye olores, sabores o sonidos.

La **aparencia** se puede derivar de:

- **Línea**
- **Contorno**
- **Color** *(pero no los colores per se. Sí combinaciones de colores (textiles, papeles pintados, etc)*
- **Forma**
- **Textura** ○
- **Materiales** *(en la medida en que la aparencia de los productos difieren, por ejemplo, una botella de cristal y una botella de aluminio)*

Para que un diseño sea protegible **no puede estar dictado**
tan solo por su función técnica



D0515167

Producto: es todo **artículo industrial o artesanal**, incluidas, entre otras cosas, las piezas destinadas a su montaje en un producto complejo, el embalaje, la presentación, los símbolos gráficos y los caracteres tipográficos, con exclusión de los programas informáticos.

Producto complejo: es un producto constituido por **múltiples componentes, reemplazables**, que **permiten desmontar y volver a montar** el producto.

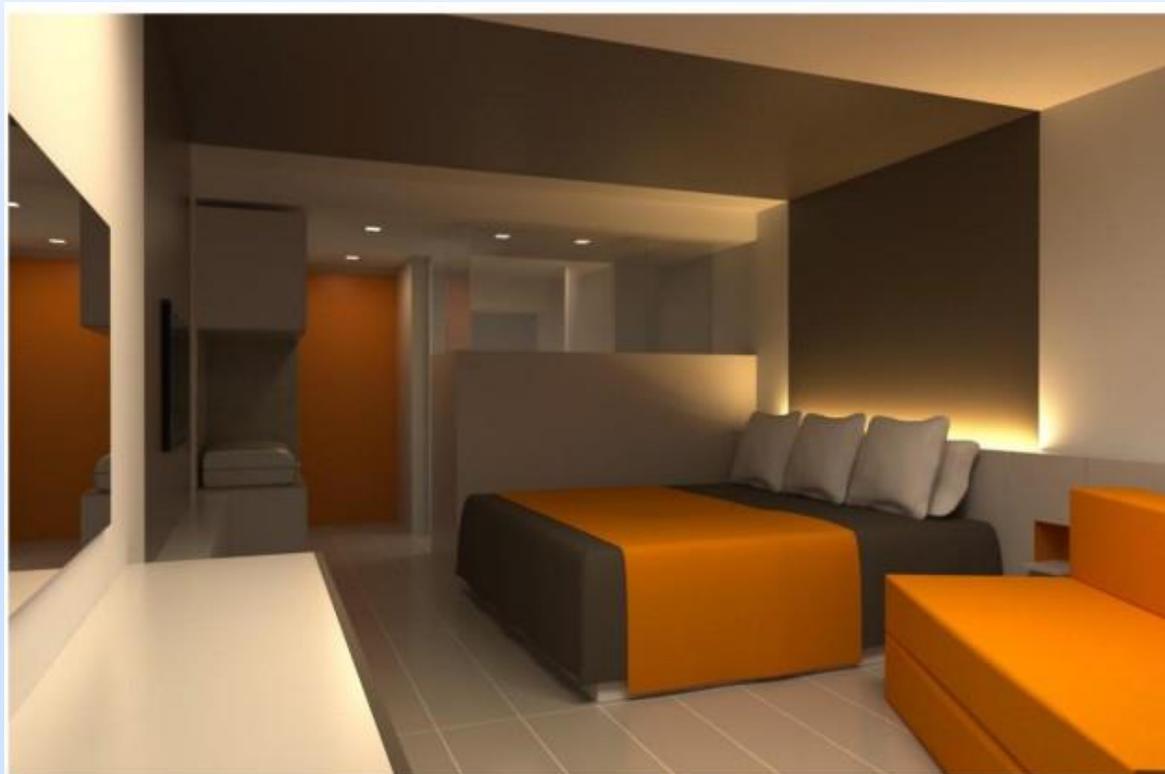
El componente para ser protegible debe ser visible en su uso normal.

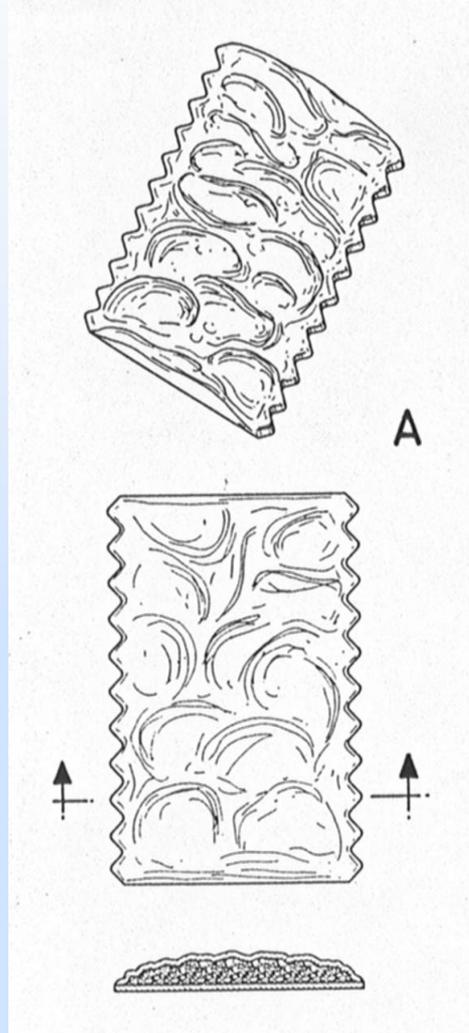
Presentación: **combinación** de diferentes **elementos separables** (productos u otros elementos), **identificables como un conjunto**, y susceptibles de constituir un diseño, independientemente del carácter protegible de cada elemento.



D0515167

DMC n°1665142





5.167

Presentación de un conjunto de embalaje



Presentación de un conjunto de embalaje



DMC nº1638651-0002

Caracteres tipográficos: Para la protección de los caracteres tipográficos se requiere incluir todas los caracteres como un **único diseño**, con un alfabeto completo en mayúsculas y minúsculas y las cifras arábigas (1,2,3,...) números y símbolos. Además, se añadirá un texto de un mínimo de **cinco líneas** con la fuente tipográfica, todos ellos en el tamaño de **frente 16**. La clasificación de Locarno será la **18-03**.



X ! " & ' () * + , - . / 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 :
; = ? @ A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z _ a b c d e f g h i j k
l m n o p q r s t u v w x y z ç È Ñ Ö Ü á
à ä å ç é è ë ì í î ï ñ ó ò ö ú û ü ' " ¿ ¡ ... À
" " ÿ Á È Í Ì Ó Ò Ú Û

Anna Vives, una chica con el síndrome de Down, ha creado su propia tipografía de letra disponible para escribir en cualquier procesador de textos. El objetivo de esta iniciativa de Anna que también quiere representar a todo un colectivo, es conseguir difundirla y potenciar los valores asociados a la letra: la igualdad social y la importancia del trabajo en equipo sumando capacidades. Otras palabras pueden ser, España, kilo, whisky, zapato y saxofón.

D0516335

Estructuras de construcción: La existencia de grupos específicos en la Clasificación de Locarno de diseños industriales da soporte a la posibilidad de protección de estructuras de construcción a través de diseños industriales:

Por ejemplo:

12-04: Teleféricos, telesillas y remontadores de pendientes.

21-03: Estructuras de atracciones al aire libre.

21-04: Carpas de circo.

25-03: Casas, garajes y otras construcciones.



El **cuerpo humano**: implantes, piercing, tatuajes,...



Diseño páginas web, las interfaces gráficas o los **iconos** que se presentan en los ordenadores o teléfonos móviles pueden protegerse como diseños industriales (se clasificarán en la clase Locarno 32-00).

Los programas de ordenador, ***sin embargo***, están **excluidos** de protección a través de esta modalidad.

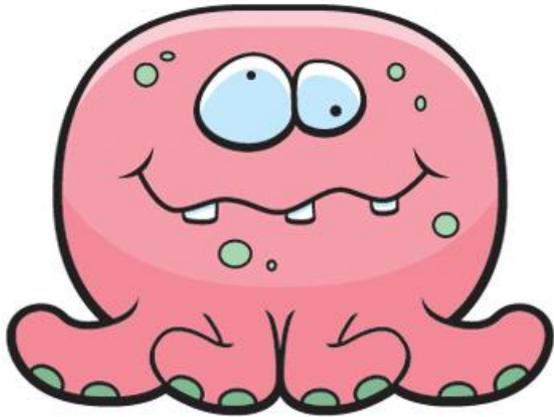
Animated Icon Design

2011. 1

Design Examination Policy Division



product : animated icon



1.1

source : <http://illustrationinfo.com/?p=134>

product : animated icon



© funmunch.com

1.1

source : http://www.funmunch.com/events/patricks/st_patricks_day_animated_gif_2.shtml

product : animated icon



1.1

source : <http://www.animated-gifs.eu/avatars-100x100-fantastic/001.htm>

Requisitos DISEÑO INDUSTRIAL

Tiene que ser **nuevo**

*Tiene que ser original
(no una copia o
imitación de diseños
que ya existen)*

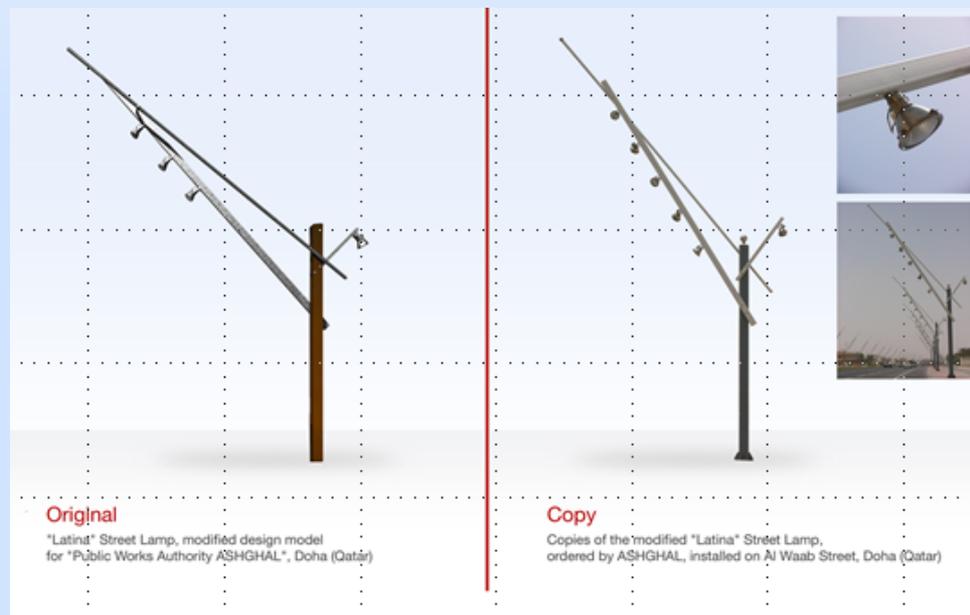
Carácter singular: la
impresión general que
produzca en el usuario
informado difiere de los
demás diseños



Lámpara TMM
Designer: Miguel Milá

El requisito de novedad

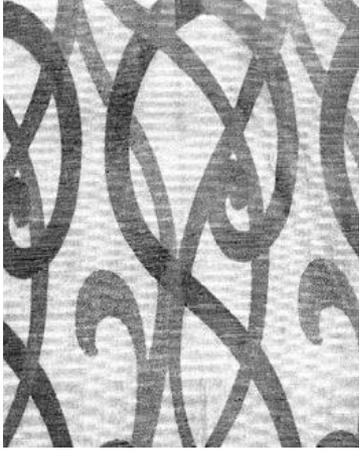
- Un diseño es nuevo cuando **ningún otro diseño idéntico** haya sido hecho **accesible al público** antes de la fecha de presentación de registro, o si se reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad. Se consideran idénticos aquellos cuyas características difieran sólo en **detalles irrelevantes**.



El requisito del carácter singular

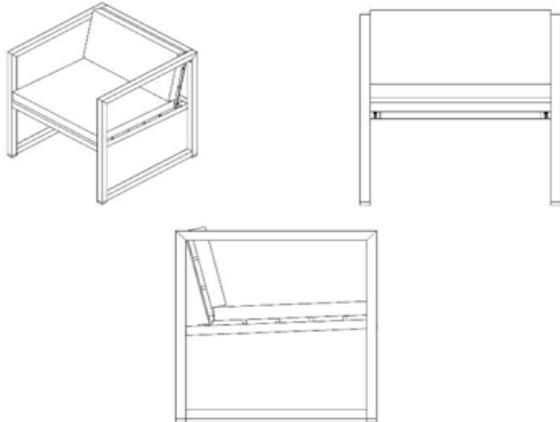
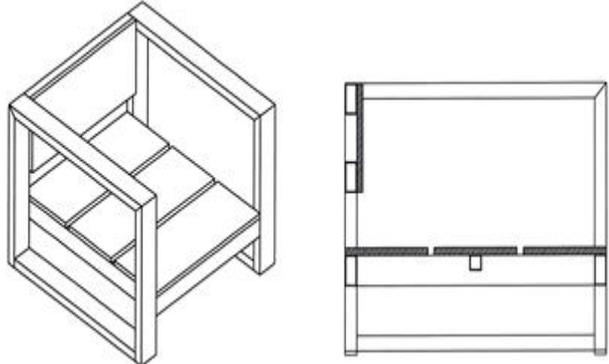
- Se considera que un diseño posee carácter singular cuando la **impresión general** que produce en el **usuario informado** difiere de la impresión general producida en dicho usuario por cualquier otro diseño que haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad.
- A estos efectos se tendrá en cuenta el **grado de libertad del autor** para crear el diseño

Resolución de la Sala en el caso R 79/2011-3 del 4/6/2012

	
Diseño impugnado	Diseño anterior

- El producto es “ornamentación para tejidos”.
- El diseño impugnado carece de carácter singular.

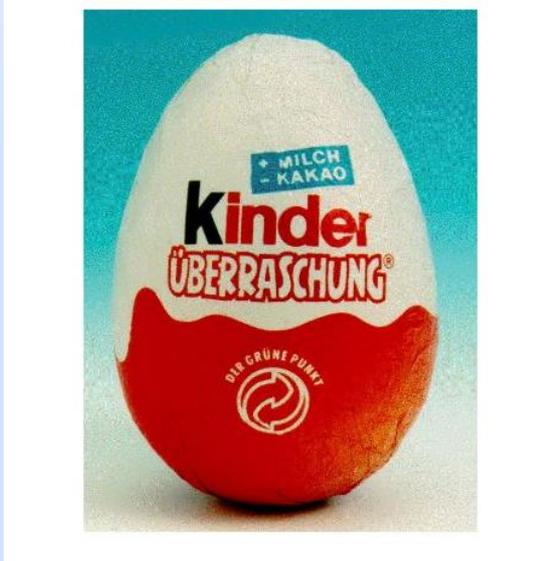
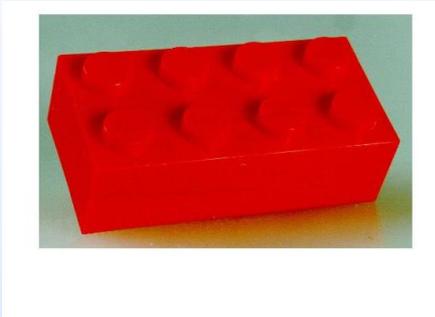
Sentencia del Tribunal General del 4/2/2014 en el caso T-339/12

	
<p>Diseño impugnado</p>	<p>Diseño anterior</p>

- El producto es “sillones”.
- El diseño impugnado **tiene** carácter singular.



El diseño como marca:





D0515167

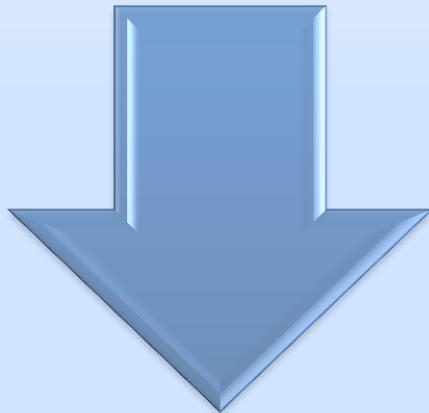
Vías de protección:

- ***Nacional (OEPM): España***
- ***Comunitaria: Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI): UE***
- ***Internacional (OMPI): 64 países***

Duración temporal: 5-25 años



El diseño no será nuestro y cualquiera podrá copiarlo o imitarlo sin que podamos evitarlo



Existe un plazo de gracia de 12 meses, desde la divulgación, para registrarlo sin perder la novedad y también existe la figura del diseño no registrado, por un plazo de 3 años, se podrá actuar contra copias casi idénticas

COSTES (para un expediente medio de 10 diseños)

TASA	DISEÑO NACIONAL	DISEÑO UE
Solicitud de Registro	73,45 €	1.265 €
Publicación solicitud	-	660 €
Renovaciones	94, 79 € 94,79 € 94,79 € 94,79 €	900 1200 1500 1800

TIEMPO DE CONCESIÓN	3 días/ 1 día	3 días
---------------------	---------------	--------

www.oepm.es

Bienvenido Benvinguts Benvidos Ongi etorri Welcome

A A A | Contacto | Mapa Web



Bu



Educación y PI



INICIO

MARCAS Y NOMBRES
COMERCIALES

INVENCIONES

DISEÑOS INDUSTRIALES

PROPIEDAD INDUSTRIAL

SOBRE LA OEPM

INFORMACIÓN TECNOLÓGICA

La OEPM es el Organismo Público responsable del registro y la concesión de las distintas modalidades de Propiedad Industrial.



Ayudas y subvenciones

Perfil del contratante

Otras informaciones

Estadísticas

**Centros Regionales de
Información de PI**

Empleo

Aula de Propiedad Industrial

Internacionalización-PPH



INFORMACIÓN GENERAL

- ¿Qué es la Propiedad Industrial?
- ¿Qué se puede registrar en la OEPM?
- Folletos divulgativos
- Preguntas más frecuentes
- Advertencias OEPM

UTILIDADES

- Formularios
- Tasas y precios públicos
- Formas de pago. Generación de documentos de pago presencial
- Presentación electrónica
- Normativa

BASES DE DATOS

- Localizador de marcas
- Situación de expedientes
- INVENES
- DISEÑOS
- Espacenet
- Latipat-Espacenet
- TMView: Marcas en Europa
- DesignView: Diseños en Europa
- Base de datos de Jurisprudencia
- Clasificación Internacional de Patentes
- Clasificación internacional de productos y servicios - marcas (Clinmar)

Solicitud electrónica: 15% descuento



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas



@administración
electrónica

Estás en : Inicio - Sede Electrónica > Pago telemático de tasas

PAGO DE TASAS CON TARJETA DE CRÉDITO/DÉBITO

Requisitos técnicos

Consulte aquí las especificaciones técnicas para utilizar el pago con tarjeta de crédito/débito.

Ver

Procedimientos

Las fases para la realización de un pago con tarjeta de crédito/débito.

Ver

Información

Resolución de creación de la sede electrónica de la OEPM

Resolución de creación del registro electrónico de la OEPM

Atención Personal y electrónica, en la oficina del Organismo

Calendario de Días inhábiles en la AGE

Buzón de quejas y sugerencias

Sistema de verificación de la sede y de los sellos electrónicos

Relación de sistemas de firma

Servicios de información gratuitos:

SERVICIO DE APOYO A LA PYME



Información sobre Propiedad Industrial e Intelectual para PYME y emprendedores:

1. Presencial en la sede de la OEPM.
 2. Telefónica:
- 913495548 y 913496822
3. Correo electrónico

pyme@oepm.es



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, ENERGÍA
Y TURISMO



Oficina Española
de Patentes y Marcas

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)



EL PAPEL DEL CENTRO REGIONAL DE INFORMACIÓN DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Milagros Uruñuela Arrea

Logroño, 19 de noviembre de 2015

Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



Agencia de
Desarrollo Económico
de La Rioja

Red de Centros Regionales de Información sobre Propiedad Industrial en España 1/2



En el año **2000** la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) promovió la formación de la Red de Centros Regionales de Información sobre PI en España

¿Cómo?

Mediante firma de convenios de colaboración con las 17 regiones que componen España

Red de Centros Regionales de Información sobre Propiedad Industrial en España 2/2

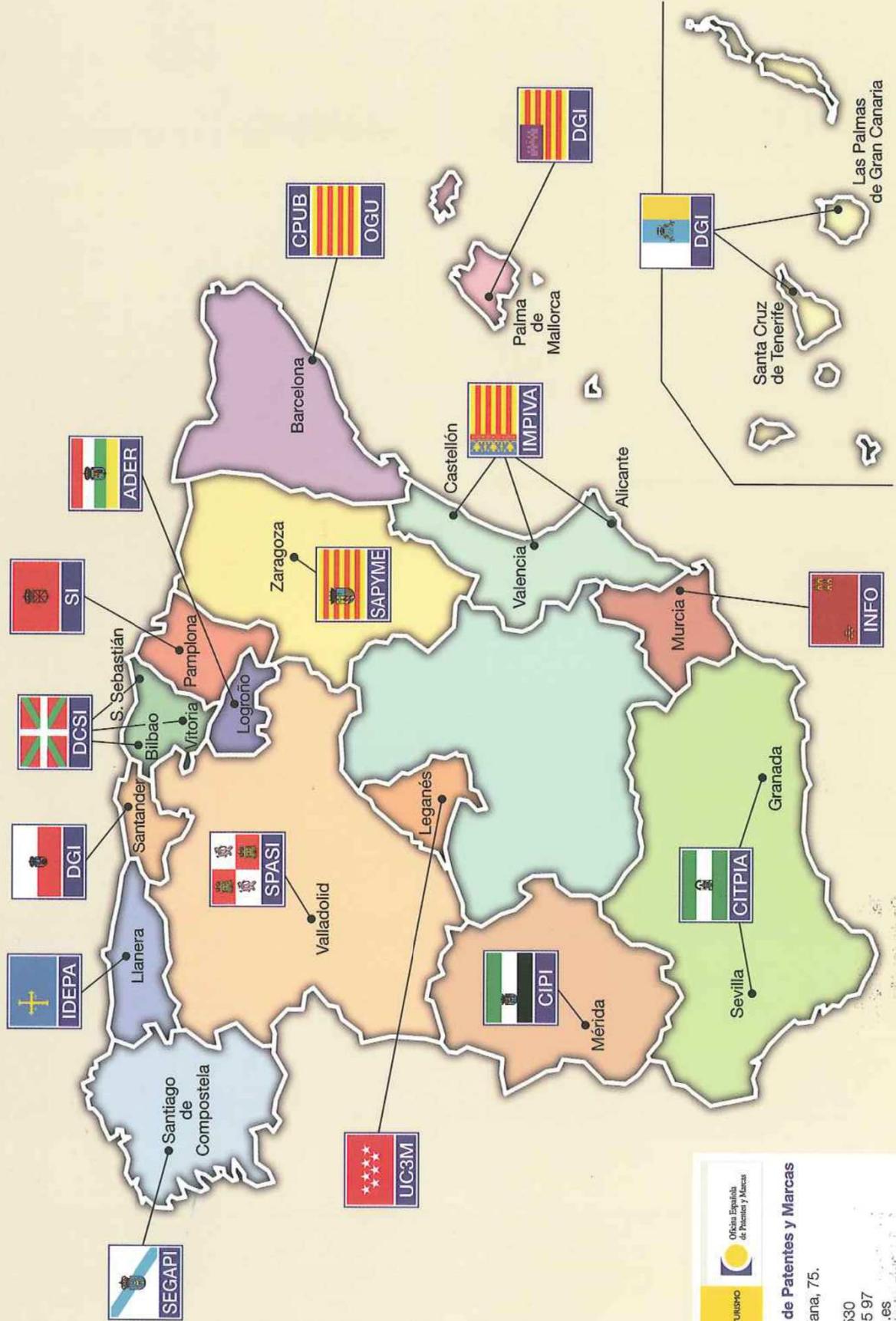


En la actualidad:

- 16 centros regionales en España
- Ubicados en Organismos públicos
- Ofreciendo servicios gratuitos en PI

Coordinados por la Oficina Española de Patentes y Marcas

Centros Regionales de Información de Propiedad Industrial en España




Oficina Española de Patentes y Marcas
 Paseo de la Castellana, 75.
 28071 Madrid.
 Tel.: +34 902 157 530
 Fax: +34 91 349 55 97
 informacion@oeprn.es
 www.oeprn.es

El Centro Regional de La Rioja

Se constituyó en 2005



➤ Centro público dependiente del Gobierno Regional

➤ Forma parte de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER) www.ader.es

El Centro Regional de La Rioja

¿Cuál es el papel del Centro?



- **Facilitar** el acceso a la información sobre Propiedad Industrial y su registro
- **Contribuir** al desarrollo tecnológico y a la competitividad de La Rioja

Servicios del Centro Regional

1/3

- **Información** sobre los diferentes títulos de propiedad industrial:



- Marcas y Nombres Comerciales
- Diseños industriales
- Patentes y Modelos de Utilidad

SERVICIOS GRATUITOS

Servicios del Centro Regional

2/3

- **Asesoramiento** en la gestión y mejor estrategia de la Propiedad Industrial



- **Registro oficial** de documentación para su envío a la OEPM:
 - Nuevas solicitudes
 - Renovaciones
 - Contestaciones a suspensos
 - Oposiciones a nuevos registros
 - Cesiones
 - Cambios de titular o dirección
 - ...

SERVICIOS GRATUITOS

Servicios del Centro Regional

3/3

- **Información relativa a búsquedas** de marcas, diseños e invenciones en Bases de Datos públicas.



- **Listado de Agentes de la Propiedad** con sede en La Rioja.
- **Jornadas de difusión** de la Propiedad Industrial.

SERVICIOS GRATUITOS

www.ader.es

escribe lo que buscas

Buscar

Inicio | Contacto | Mapa del web
Castellano | English

Inicio ADER Ayudas Servicios Invierte en La Rioja Publicaciones Sala de prensa Perfil del contratante

Inicio

Becas de Diseño
Disponibles resultados Fase I, II y III, final.

Ayudas ADER 2015
Abierta la convocatoria de ayudas:

- Activos fijos
- I+D
- Innovación
- Financiación
- Comercio
- Emprendedores
- Energía y Medioambiente

Jornada: Diferenciación a través del Diseño y de la Marca
Logroño, 19 de noviembre de 2015

Facturación ELECTRÓNICA

Boletín

Oficina VIRTUAL

Ayudas

Descarga DE IMPRESOS

Servicios

- Emprendedores
- Alta nuevas empresas
- **Patentes y Marcas**
- Infraestructuras
- Financiación
- Innovación

Invierte en La Rioja
La Rioja incentiva la inversión de empresas locales y nuevos proyectos de tierra de La Rioja:

- Ayuda a la adquisición de suelo en polígonos industriales

Actualidad

- [La Rioja, una de las mejores comunidades para emprender](#)

Doing Business en España 2015

La Rioja la mejor comunidad autónoma para hacer negocios Informe Doing Business en España 2015 de ICBC y Grant Thornton

www.ader.es



[Inicio](#) [ADER](#) [Ayudas](#) [Servicios](#) [Invierte en La Rioja](#) [Publicaciones](#) [Sala de prensa](#) [Perfil del contratante](#)

[Inicio](#) > [Servicios](#) > [Patentes y marcas](#)

[Emprendedores](#)

Patentes y marcas

- [¿Qué es la Propiedad Industrial?](#)
- [Ayudas](#)
- [Localizador de marcas](#)
- [Clasificación de Niza](#)
- [Formularios de solicitud](#)
- [Tasas](#)
- [Consulta de expedientes](#)
- [Legislación](#)

[Suelo industrial - Infraestructuras](#)

[Financiación](#)

[Innovación](#)

[Internacionalización](#)

[Diseño](#)

[Tecnologías de la información](#)

[Excelencia](#)

[Autodiagnóstico Pymes](#)

Patentes y marcas

La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, ADER, asesora gratuitamente sobre todas aquellas cuestiones relacionadas con la protección industrial, así como su solicitud y tramitación.

ADER se constituyó en el año 2005 como **Centro Regional de Patentes y Marcas de La Rioja** a través de un convenio firmado con la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

El Centro Regional de Patentes y Marcas de La Rioja es un servicio de información, asesoramiento, gestión de la innovación y de la propiedad industrial que ofrece la ADER, con el objetivo de contribuir al desarrollo tecnológico y a la competitividad de las empresas riojanas.

Servicios

El Centro Regional de Patentes y Marcas de La Rioja ofrece una amplia gama de servicios relacionados con la propiedad industrial. Un aspecto importante de estos servicios es la orientación sobre los mecanismos más adecuados para la protección de las innovaciones tecnológicas. Asimismo, facilita a las empresas el contacto con agentes de la propiedad industrial.

- Información y asesoramiento sobre Propiedad Industrial.
 - Información sobre las características de los diferentes títulos de propiedad industrial.
 - Información necesaria para la solicitud de un título de propiedad industrial.
 - Información de los servicios proporcionados por la OEPM.
 - Entrega de impresos y documentos de pago.
- Registro general de solicitudes y documentación para su envío a la Oficina Española de Patentes y Marcas, OEPM.
- Información relativa a búsquedas. Consulta de antecedentes registrales de signos distintivos e invenciones y diseños industriales.
- Información sobre la situación de la tramitación de las solicitudes.

Más información

[¿Qué es la Propiedad Industrial?](#)

[Localizador de marcas](#)

[Clasificación de Niza](#)

[Formularios de solicitud](#)

[Tasas](#)

[Consulta de expedientes](#)

[Legislación](#)

El Centro Regional de La Rioja

¿Dónde estamos?



ADER

Muro de la Mata, 13/14

LOGROÑO

941 29 15 00

ader@larioja.org

www.ader.es

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

THE ART COMPANY

Experiencia de
empresa riojana

Jorge Hernández
(Director Comercial)



THE ART COMPANY: QUIENES SOMOS



- Nace en 1995. Experiencia de más de 30 años sector.
- 3 unidades de producción propias y más de 600 empleados.
- Estamos presentes en más de 40 países.
- En THE ART COMPANY nuestros valores son: esfuerzo, calidad, innovación y humor.



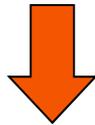
THE ART COMPANY: NUESTRAS MARCAS



THE ART COMPANY: EVOLUCIÓN

Antes

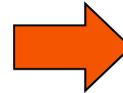
- Producto consolidado con valores de calidad y moda
- Marca no asociada o suficientemente recordada



INCONSISTENCIA

CONFUSIÓN

IMAGEN DESORDENADA



Después

- Producto consolidado con valores de calidad y moda
- Marca claramente asociada con el producto y sus valores
- Un LOGO fresco, creativo y joven, referencia en el mercado



NORMALIZACIÓN

COHERENCIA

IMAGEN GLOBAL

THE ART COMPANY: APLICACIONES ANTIGUAS



IDENTIDAD CORPORATIVA



1995



2000



CREATIVE FOOTWEAR

2002



creative footwear

2004

IDENTIDAD CORPORATIVA



creative footwear

2004



METROPOLITAN SOUL

2008



METROPOLITAN SHOES

2012

IDENTIDAD CORPORATIVA



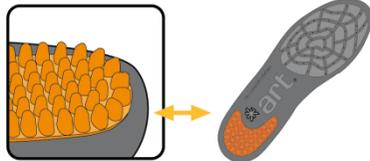
LA IMPORTANCIA DE LA MARCA

- REGISTRO DE MARCA



- PATENTES: Sistemas de construcción / fabricación

PLANTILLA CON B.D.S.



**ByeBye
Suela**

- DISEÑO INDUSTRIAL O COMUNITARIO: Suelas, estampados y zapatos con características especiales



REGISTRO DE LA MARCA

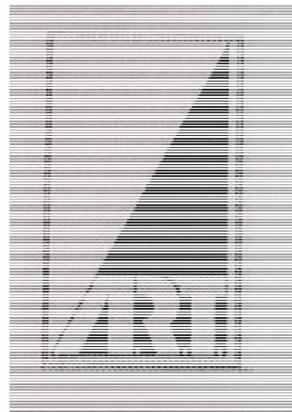
- Registrada en 73 países.
- En 4 epígrafes:
 - Clase 25: CALZADO Y ROPA
 - Clase 35: COMERCIO
 - Clases 10 y 18



- Marca conflictiva:
 - Palabra: ART
 - Símbolo: ASTERISCO
- Más de 40 oposiciones al año. Acuerdos de NO AGRESIÓN con diferentes empresas.
- Lo registran en el epígrafe 25 pero lo retiran del CALZADO.

REGISTRO DE LA MARCA: Casos - Compra

CASO FANATIC



CASO JAPÓN



REGISTRO DE LA MARCA



CASO PIAGGIO



CASO CELIO

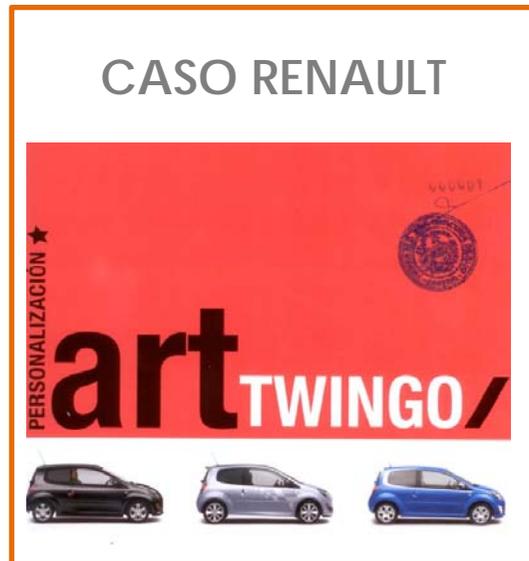


KIDZ ART



ACUERDOS DE NO AGRESIÓN ENTRE AMBAS MARCAS

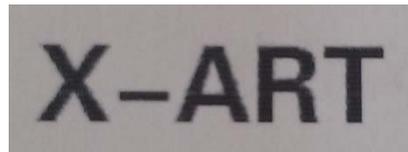
REGISTRO DE LA MARCA



OPOSICIÓN CON UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

REGISTRO DE LA MARCA

OTROS CASOS



OPOSICIÓN PARA RETIRADA DE MARCAS

REGISTRO DE LA MARCA

CASO GRUPO INDITEX (ZARA)

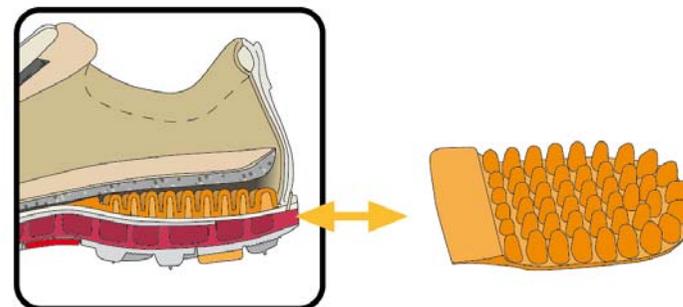
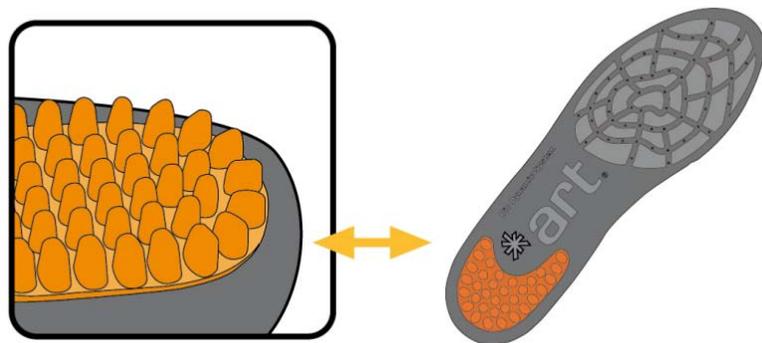


PATENTES: DOUBLE AIR SISTEM



PATENTES: BIO DINAMIC SYSTEM

PLANTILLA CON B.D.S.



PATENTES: MODELO DE UTILIDAD - Proceso



PATENTES: FABRICACIÓN

Bye Bye Suela



PATENTES: MODELO DE UTILIDAD Y MARCA

*art. TADASANA



Tadasana

relax shoulders

gaze straight

back straight

legs straight

firm up thigh muscles

feet flat on the floor

***art.**
METROPOLITAN SHOES

Innovation makes it easy.

DISEÑO INDUSTRIAL: SUELAS



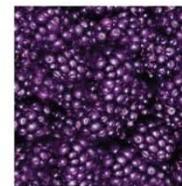
DISEÑO INDUSTRIAL: ESTAMPADOS



Blackboard



Box



Craft



Geometric



Dahlia



Elastic



DISEÑO INDUSTRIAL: ZAPATOS ESPECIALES



DISEÑO INDUSTRIAL: CASO 1(copia)



DISEÑO INDUSTRIAL: CASO 2 (copia)



COPIA



Modelo Coronel Tapioca



Modelo 0590 ART

¡MUCHAS GRACIAS
POR VUESTRA ATENCIÓN!

