

MANUAL INFORMATIVO PARA LOS SOLICITANTES DE



Correo electrónico
informacion@oepm.es

Página web
www.oepm.es

Servicio de Información
Paseo de la Castellana, 75
28071 Madrid
Tlfno. 902 157 530
Fax 91 349 55 97

¿QUÉ HAY QUE SABER SOBRE LA PRESENTACIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE MARCAS?

1. **Rellene los impresos** de acuerdo con los ejemplos que se adjuntan en el anexo D. Los datos deben coincidir en todos los impresos. ¡No olvide firmar el impreso de solicitud!. Es necesario que el impreso se presente *mecanografiado* o cumplimentado *por ordenador*. Desde la página web de la OEPM (www.oepm.es) puede ser cumplimentado y descargado el impreso de solicitud.

La solicitud de registro también puede presentarse electrónicamente, cumplimentando en línea el correspondiente formulario electrónico. Este sistema conlleva una reducción de las tasas de solicitud del 15%. Para ampliar información puede consultarse la página web de la OEPM (trámites en línea).

2. Debe abonarse una **tasa de solicitud por cada clase solicitada**. Si la marca resultara concedida ya no habrá de abonarse ninguna otra tasa, sino hasta que se solicite la renovación de la marca
3. **Consulte las clases** a que correspondan los productos y/o servicios que desee proteger en el anexo A. Si duda, consulte *personal* o *telefónicamente* con Información General (tño: 902 157 530).
4. El **pago de la tasa** de solicitud debe efectuarse mediante ingreso en la Oficina de la Caixa situada en la Oficina Española de Patentes y Marcas, Paseo de la Castellana, 75 (Madrid), o en cualquier sucursal

española de dicha entidad bancaria, con los impresos de autoliquidación habilitados a tal efecto.

Si dispone de un DNI electrónico o certificado digital de clase 2, puede realizar el pago a través de nuestra página web: “Trámites en línea: Pago telemático”, donde puede rellenar directamente sus datos personales, los del expediente que desea abonar y efectuar el pago desde cualquier entidad financiera admitida por la AEAT.

5. Si la marca incluye algún *elemento gráfico*, una *determinada tipología de letra* o *colores* debe presentar **4 reproducciones de la marca**, adheridas o impresas en los recuadros correspondientes de las hojas de reproducción de la marca del formulario de solicitud. En el recuadro correspondiente de la página 2 del formulario de solicitud habrá de adherirse o imprimirse otra de estas reproducciones. Si la marca fuera en color, la reproducción será en color, haciéndose mención de ello e indicándose los colores que contenga la marca en el formulario de solicitud. La reproducción de la marca deberá poseer un buen contraste y nitidez y no podrá exceder de 8 cm. de ancho por 12 cm. de alto.
6. La **tramitación de la solicitud** tiene una duración aproximada de entre 8 y 15 meses. Cualquier incidencia que pudiera producirse, así como la resolución que recaiga, se le comunicará por escrito al domicilio o al medio de comunicación preferente que se hubiera indicado en la solicitud, (por lo que resulta fundamental que se comunique cualquier cambio en el domicilio o medio de comunicación indicado). No obstante, si transcurren estos plazos sin recibir notificación, póngase en contacto telefónico con Información General.

7. Recuerde que **cuando se conceda la marca debe recoger el título registro de la marca a partir de la publicación de la concesión en el B.O.P.I. (Boletín Oficial de la Propiedad Industrial)**, *pudiendo también solicitar por escrito la remisión del mismo a la dirección que indique*. Si el registro se denegara, podrá interponerse recurso de alzada en el plazo de un mes contado desde la publicación de la denegación en el B.O.P.I.

8. No olvide que **al cumplirse los 10 años de la fecha de solicitud debe solicitar la renovación por diez años**, si quiere mantener en vigor el registro.

El registro de la marca se otorga por 10 años contados desde la fecha de solicitud, por lo que si desea mantener en vigor la marca, debe proceder a su renovación. La renovación deberá solicitarse, sin recargo en el importe de la tasa, en los seis meses anteriores al vencimiento del registro, pudiendo realizarse válidamente, aunque con recargo en los seis meses siguientes. El recargo será del 25% si se solicita en los 3 primeros meses y del 50% en los tres siguientes.

MANUAL INFORMATIVO PARA LOS SOLICITANTES DE MARCAS

Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE de 8-12-2001) y Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley de Marcas (BOE de 13-7-2002).

INDICE

1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? ¿PARA QUÉ SIRVE?
2. DIFERENCIAS CON OTROS SIGNOS DISTINTIVOS
3. ¿QUÉ PUEDE SER MARCA?
4. ¿QUÉ SE DEBE HACER ANTES DE SOLICITAR LA MARCA?
5. BÚSQUEDAS DE ANTECEDENTES REGISTRALES
6. ¿QUIÉN PUEDE SOLICITAR EL REGISTRO?
7. ¿DÓNDE PRESENTAR LAS SOLICITUDES?
8. TRAMITACIÓN DE LA SOLICITUD
9. ALCANCE Y DURACIÓN DE LA PROTECCIÓN
10. OBLIGACIONES DEL TITULAR
11. ANEXOS
 - A) LISTA DE CLASES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
 - B) LISTA DE TASAS

C) PROHIBICIONES ABSOLUTAS Y RELATIVAS PARA EL REGISTRO DE LAS MARCAS.

D) EJEMPLOS PRÁCTICOS.

1. ¿QUÉ ES UNA MARCA? ¿PARA QUÉ SIRVE?

La **marca** es el signo que distingue en el mercado los productos o servicios de una empresa, ya sea ésta de carácter individual o social.

La marca es un *signo distintivo*. Su función es la de diferenciar e individualizar en el mercado unos productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como identificar su origen empresarial y, en cierta manera, ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas.

La marca es, pues, el signo distintivo usado por el empresario para diferenciar en el mercado sus productos o servicios de los productos o servicios de los competidores.

2. DIFERENCIAS CON OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

El **nombre comercial** es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para

distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

El nombre comercial, por tanto, distingue a la empresa que fabrica o comercializa los productos o presta los servicios. La marca, en cambio, distingue los productos o servicios que fabrica, comercializa o presta dicha empresa.

Así, un fabricante de pantalones registraría como nombre comercial el que utilice en sus actividades empresariales de fabricante, así por ejemplo, en sus relaciones con proveedores, clientes, etc.

El signo o nombre con que comercialice esos pantalones será la marca del producto.

En la anterior legislación existía como signo distintivo registrable el **rótulo de establecimiento**, que era el signo o denominación con que se distinguía el local de negocio. La vigente Ley de Marcas no contempla dicha modalidad de signo distintivo, pues el titular de una marca o nombre comercial está facultado para utilizar estos signos en el frontispicio de su local de negocio o establecimiento, por lo que es innecesaria la pervivencia de esta modalidad de signo distintivo.

Junto a la marca propiamente dicha o **marca individual**, la Ley regula la marca colectiva y la marca de garantía. La **marca colectiva** es aquella que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación de fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios. El titular de esta marca es dicha asociación.

La **marca de garantía** es aquella que garantiza o certifica que los productos o servicios a que se aplica cumplen unos requisitos comunes, en especial, en lo concerniente a su calidad, componentes, origen geográfico, condiciones técnicas, modo de elaboración del producto, etc. Esta marca no puede ser utilizada por su titular, sino por terceros a quien el mismo autorice, tras

controlar y evaluar que los productos o servicios de este tercero cumplen los requisitos que dicha marca garantiza o certifica.

Tanto la marca colectiva como la de garantía exigen para ser registradas que se acompañe con la solicitud de registro del correspondiente reglamento de uso.

3. ¿QUÉ PUEDE SER MARCA?

Según el artículo 4.1 de la Ley de Marcas: “*se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado productos o servicios de una empresa de los de otras*”.

Pueden especialmente ser marca:

- **las palabras y combinaciones de palabras.**
- **las imágenes, figuras, símbolos y dibujos.**
- **las letras, las cifras y sus combinaciones.**
- **las formas tridimensionales**, entre las que se incluyen los **envoltorios, envases** y la **forma del producto**.
- **los sonidos**, siempre que sean susceptibles de representación gráfica, por ejemplo, mediante el pentagrama.
- **cualquier combinación de los signos mencionados.**

Esta enumeración es enunciativa, no limitativa.

TIPOS DE MARCA:

- **DENOMINATIVAS:** las denominaciones arbitrarias o de fantasía. Las razones sociales, seudónimos y nombres propios. Las cifras, letras, etc.

- **GRÁFICAS:** los símbolos gráficos, logotipos, dibujos, etc.
- **MIXTAS:** la combinación de elementos denominativos y gráficos.
- **TRIDIMENSIONALES:** los envases y envoltorios, la forma del producto, etc.
- **SONORAS:** Siempre que dichos sonidos en que consista la marca puedan ser representados gráficamente.

4. ¿QUÉ SE DEBE HACER ANTES DE SOLICITAR LA MARCA?

A. ELECCIÓN DE LA MARCA

A la hora de seleccionar una marca el empresario o productor debe adoptar un signo no sólo válido, sino idóneo como medio para promover la venta de sus productos o la contratación de sus servicios.

Desde el punto de vista comercial la marca debe ser:

- a) **Eufónica-** Deben descartarse las denominaciones difícilmente pronunciables, malsonantes o estéticamente desagradables.
- b) **Fácilmente memorizable-** De esta cualidad depende en gran medida su éxito comercial.

B. PROHIBICIONES LEGALES DE REGISTRO

Como el registro de la marca confiere a su titular el derecho a utilizarla en exclusiva en el tráfico mercantil, el signo debe cumplir una serie de requisitos de validez y registrabilidad, por lo que la Ley de Marcas (arts. 5, 6, 7, 8, 9 y 10) establece una serie de prohibiciones:

1. ABSOLUTAS.- No pueden registrarse como marca:

1.1 Los **signos no susceptibles de representación gráfica.**

Por ejemplo, los signos táctiles, gustativos, olfativos y sonoros cuando no puedan ser representados gráficamente.

1.2 Los **signos genéricos y específicos** en cuanto constituyan la designación del género o especie de los productos o servicios a que se destine la marca y los signos compuestos exclusivamente por menciones o indicaciones que en el comercio o en el lenguaje corriente hayan llegado a constituir la denominación necesaria o usual del producto o servicio de que se trate.

1.3 Los **signos descriptivos**, compuestos exclusivamente por signos que sirvan o puedan servir en el comercio para designar la calidad, la cantidad, el destino, el valor, el lugar de origen, la época de producción u otras características de los productos o servicios.

1.4 Las **formas tridimensionales** que vengan impuestas por la naturaleza del propio producto o que produzcan un resultado técnico o que den un valor esencial al producto.

1.5 Los que sean contrarios a la **Ley, al orden público o a las buenas costumbres.**

1.6 Los que puedan **inducir al público a error.**

1.7 Los signos que reproduzcan o imiten **los escudos, banderas y emblemas** municipales, provinciales, de las Comunidades Autónomas, del Estado español y de otros Estados a menos que medie la debida autorización.

1.8 Los **signos** que incluyan insignias, emblemas o escudos distintos de los relacionados en apartado anterior y que sean de **interés público**, salvo que exista autorización.

(Para mayor información debe consultarse el artículo 5 de la Ley de Marcas, en el anexo C).

2. RELATIVAS.- El signo adoptado como marca debe estar disponible. No podrá registrarse como marca un signo que sea idéntico o semejante a una marca, nombre comercial o rótulo de establecimiento anteriormente solicitados o registrados, cuando dicho signo se solicite para productos, servicios o actividades idénticos o semejantes a los protegidos por estos signos anteriores y exista entre ellos un riesgo de confusión en el público consumidor.

Cuando el signo adoptado sea idéntico o semejante a una marca –o nombre comercial- **notoria o renombrada**, el acceso a registro de dicho signo también está prohibido respecto de productos, servicios o actividades distintos de los protegidos por dicha marca notoria o renombrada, si ello puede implicar un aprovechamiento indebido de la misma o un menoscabo en su carácter distintivo, notoriedad o renombre.

El signo adoptado tampoco podrá ser registrado, sin la debida autorización, cuando:

- a) consista en el nombre, seudónimo, apellidos, etc. o en la imagen que para la generalidad del público identifique a una persona distinta del solicitante.

- b) reproduzca, imite o transforme creaciones protegidas por un derecho de autor o por otro derecho de propiedad industrial (invenciones y diseños industriales).
- c) se preste a confusión con el nombre comercial, denominación o razón social que identifique en el tráfico económico a una persona distinta del solicitante.
- d) se preste a confusión con una marca no registrada, pero que sea notoriamente conocida en España. Cuando esta marca no sea notoriamente conocida, tampoco podrá registrarse, si quien solicita su registro es el agente comercial o representante en España del titular de dicha marca en alguno de los Estados miembros del Convenio de la Unión de París o de la Organización Mundial del Comercio y no cuenta con el consentimiento de éste.

5. BÚSQUEDAS DE ANTECEDENTES REGISTRALES

Una vez elegida la marca conviene solicitar en la Oficina Española de Patentes y Marcas un informe de búsqueda para asegurarse de que el signo está libre. Este informe de búsqueda tiene un precio variable por consulta de identidad o parecido en cada una de las clases, que debe consultar en el Servicio de Información. Este informe sólo versará sobre prohibiciones absolutas y marcas, nombres comerciales y rótulos de establecimiento inscritos en la OEPM.

6. ¿QUIÉN PUEDE SOLICITAR EL REGISTRO?

Cualquier persona física o jurídica. Puede actuar bien directamente, bien mediante agente de la propiedad industrial o representante debidamente autorizado. Los no residentes en un Estado miembro de la Unión Europea deberán actuar, en todo caso, mediante Agente de la Propiedad Industrial. Los residentes en un Estado de la Unión Europea que actúen por si mismos, deberán designar una dirección postal en España a efectos de notificaciones o, en lugar de ella, indicar que las notificaciones les sean dirigidas por correo electrónico o por cualquier otro medio técnico de comunicación de que disponga la OEPM.

7. ¿DÓNDE PRESENTAR LAS SOLICITUDES?

La Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas prevé un régimen general y un régimen transitorio hasta que las Comunidades Autónomas inicien formalmente sus actividades registrales:

A. Régimen general:

1.- El solicitante podrá presentar sus solicitudes de registro de marcas, a su libre elección, ante los órganos competentes de las siguientes Comunidades Autónomas:

- Donde tenga su domicilio.
- Donde tenga un establecimiento industrial o comercial serio y efectivo.
- Donde el representante designado por el solicitante, tenga su domicilio.
- Donde el representante designado tenga una sucursal seria y efectiva.

2.- Los solicitantes domiciliados en Ceuta y Melilla y los no domiciliados en España presentarán sus solicitudes ante la

Oficina Española de Patentes y Marcas, salvo que deseen (y puedan) acogerse a alguno de los puntos de conexión indicados en el apartado 1 anterior.

3.- Otros lugares donde pueden presentarse las solicitudes. Los solicitantes podrán también presentar sus solicitudes en los lugares que a continuación se indican, pero dirigidas al órgano que resulte competente, de acuerdo con lo indicado anteriormente en los números 1 y 2:

- Oficinas de Correos. En sobre abierto, por correo certificado y con acuse de recibo.
- En los lugares previstos en el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (como, por ejemplo, Delegaciones y Subdelegaciones de Gobierno, Áreas de industria y Energía). Ha de tenerse en cuenta que, en estos casos, la fecha de presentación de la solicitud de registro será la de recepción de la misma por el órgano competente al que va dirigida, y no la del depósito de la solicitud en alguno de los lugares contemplados en el artículo 38.4 antes citado.

B. Régimen transitorio:

Mientras las distintas Comunidades Autónomas inician las actividades registrales que les confiere la nueva Ley de Marcas, las solicitudes de registro se presentarán directamente ante la Oficina Española de Patentes y Marcas o en los lugares indicados en el punto 3 del apartado A anterior, dirigidas a dicha Oficina Española de Patentes y Marcas.

Cada Comunidad Autónoma deberá publicar en sus correspondientes Boletines Oficiales el día de inicio de sus

actividades registrales y el órgano competente para recibir las solicitudes.

La solicitud de registro también puede presentarse electrónicamente, cumplimentando en línea el correspondiente formulario electrónico. Este sistema conlleva una reducción de las tasas de solicitud del 15%. Para ampliar información puede consultarse la página web de la OEPM (trámites en línea).

En caso de duda sobre el lugar de presentación de las solicitudes de registro, consultar personal o telefónicamente al Servicio de Información General (tel.: 902.157.530).

8. TRAMITACIÓN DE LA SOLICITUD

A.- PRESENTACIÓN.- A la solicitud presentada se le otorga día, hora y minuto, de presentación y un número que identificará el expediente y no será nunca modificado. Los datos mínimos para obtener una fecha de presentación son los siguientes:

- Declaración de que se solicita una marca.
- Identificación y firma del solicitante.
- La denominación en que la marca consista o un diseño de la misma si fuera gráfica o mixta.
- Los productos o servicios a los que se aplicará.

Estos datos mínimos deberán ser cumplimentados en los impresos oficiales que a tal fin existen en la Oficina y que también pueden obtenerse a través de INTERNET, en la dirección www.oepm.es. La solicitud se deberá acompañar de:

- Justificante del pago de la tasa preceptiva.
- Autorización al representante en el caso de que se hubiera designado alguno.

B.- EXAMEN DE FORMA.- Recibida la solicitud, el órgano competente examinará si la misma contiene los datos mínimos para obtener una fecha de presentación; si se ha presentado en los formularios correspondientes y éstos han sido debidamente cumplimentados; y si el solicitante está legitimado para ser titular de una marca española.

En el caso de que exista algún defecto en la documentación presentada, se comunicarán éstos al solicitante para que los subsane en el plazo de un mes (dos meses para los domiciliados en el extranjero, si el defecto observado se refiere a los datos mínimos para obtener una fecha de presentación).

C.- REMISIÓN DE LA SOLICITUD A LA OEPM.- Si del examen de forma antes efectuado, el órgano competente no observara ningún defecto en la solicitud o éstos hubieran sido subsanados por el solicitante tras la notificación de los mismos, la solicitud será remitida, con todo lo actuado a la OEPM cuando el órgano competente para efectuar el examen de forma fuera una Comunidad Autónoma.

En el supuesto de que los defectos no hubieran sido subsanados o no se hubiera contestado a la notificación de los mismos, la solicitud se tendrá por desistida. Si los defectos no subsanados sólo afectarían a una parte de la solicitud, se podrá tener por desistida parcialmente la solicitud. En este caso, la solicitud no se remitirá a la OEPM, sino hasta que el acuerdo de desistimiento parcial fuera firme (no recurrido).

D.- EXAMEN DE LICITUD.- Una vez superado el examen de forma, la OEPM controlará si la solicitud presentada es contraria al orden público o a las buenas costumbres. Este examen de licitud podrá efectuarse conjuntamente con el examen de forma, cuando sea la OEPM el órgano competente por no haber iniciado aún sus competencias registrales la correspondiente Comunidad Autónoma. Si la OEPM observara

algún defecto de licitud lo comunicará al solicitante para que en el plazo de un mes alegue lo que considere oportuno. Si no se supera este examen la solicitud será denegada.

E.- PUBLICACIÓN DE LA SOLICITUD Y NOTIFICACIÓN DE ÉSTA A LOS TITULARES DE DERECHOS ANTERIORES.-

Si el examen de licitud es superado, la solicitud se publicará en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial por un plazo de dos meses, (el B.O.P.I. tiene periodicidad quincenal, apareciendo los días 1 y 16 de cada mes), para que toda persona que se considere perjudicada pueda presentar escrito de oposición a la concesión de la marca solicitada.

La OEPM antes de ordenar la publicación de la solicitud comprobará si la misma puede afectar los derechos de titulares registrales de marcas, nombres comerciales o rótulos de establecimiento ya registrados o anteriormente solicitados, comunicando a estos titulares la próxima publicación de la solicitud presentada por si desearan formular oposición al registro de la misma.

F.- EXAMEN DE FONDO.- Transcurrido el plazo de presentación de oposiciones se examina la solicitud para comprobar si incide en alguna de las prohibiciones absolutas que anteriormente se han señalado (art. 5.1 de la Ley de Marcas) y si la misma consiste en el nombre, apellido, seudónimo, imagen o cualquier otro signo que para la generalidad del público identifique a una persona distinta del solicitante (art. 9.1.b). En el caso de que se hubiera presentado alguna oposición o la marca solicitada incurriera en alguna de las citadas prohibiciones, se suspende la tramitación, notificando los reparos y oposiciones presentadas al solicitante para que formule las alegaciones y aporte los documentos que considere oportunos en el plazo de un mes contado a partir de la publicación del suspenso en el B.O.P.I.. El solicitante puede modificar la marca en el sentido de limitar los productos o servicios o suprimir del conjunto el elemento causante del reparo, siempre que tal modificación no altere sustancialmente la marca tal como fue solicitada.

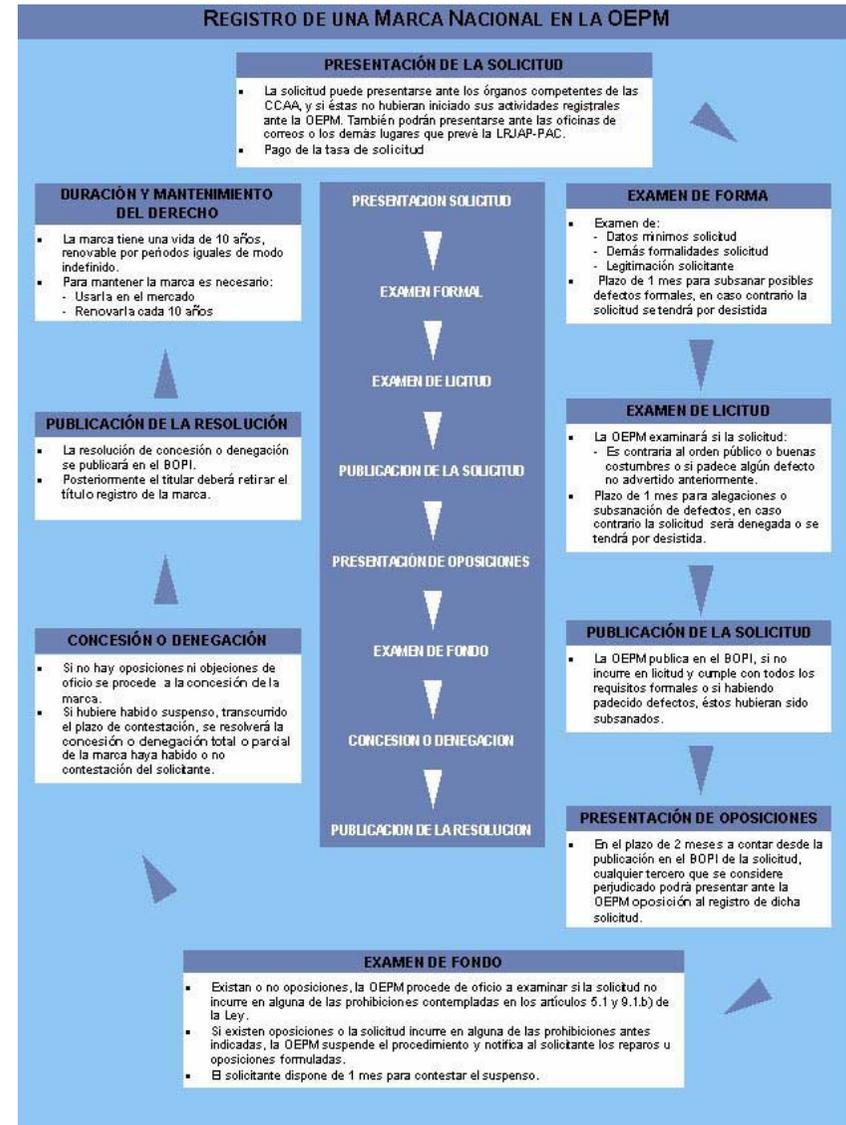
G.- CONCESIÓN- DENEGACIÓN.- Si la marca solicitada no incurre en prohibición alguna y si contra la misma no se han presentado oposiciones, la OEPM procede a la concesión de la marca. Asimismo, transcurrido el plazo fijado para la contestación al suspenso, haya o no contestado el solicitante, se concederá o denegará total o parcialmente el registro, según proceda. Esta resolución, que se comunicará al solicitante, no pone fin a la vía administrativa y puede ser recurrida en alzada en el plazo de un mes a partir de su publicación en el B.O.P.I., siendo este recurso previo y obligatorio para acudir a la vía contenciosa.

Si la marca hubiera resultado concedida, su titular deberá retirar el título registro de la misma y no estará obligado al pago de tasa alguna, hasta que hubiera de renovar el registro de la misma, transcurridos 10 años desde su fecha de solicitud.

H.- DURACIÓN DE LA TRAMITACIÓN.- De acuerdo con la Ley de Marcas (Disposición adicional quinta) el plazo máximo de que dispone la OEPM para resolver una solicitud de marca es de:

- 12 meses si la solicitud no sufre ningún suspenso y no tuviera oposiciones.
- 20 meses si sufriera algún suspenso o tuviera oposiciones.

I.- CUADRO RESUMEN DEL PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE UNA MARCA



9. ALCANCE Y DURACIÓN DE LA PROTECCIÓN

La marca se concede por diez años **desde la fecha de solicitud** y puede renovarse indefinidamente por períodos sucesivos de diez años.

La protección obtenida con el registro de la marca se extiende a todo el territorio nacional. También es posible obtener una protección internacional de la marca (ver folletos y solicitar información específica)

10. OBLIGACIONES DEL TITULAR

Para mantener en vigor el registro de la marca el titular debe cumplir las siguientes obligaciones:

1. Solicitar la renovación cada diez años, abonando la tasa de renovación.
2. Usar la marca.

11. ANEXOS

- A. Lista de clases de productos y servicios.
- B. Lista de tasas.
- C. Prohibiciones absolutas y relativas para el registro de las marcas.
- D. Ejemplos prácticos.

A. LISTA DE CLASES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLASIFICACION DE NIZA

9ª Edición 2007

TITULOS DE LAS CLASES

PRODUCTOS

CLASE 1

Productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria.

CLASE 2

Colores, barnices, lacas; preservativos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.

CLASE 3

Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.

CLASE 4

Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías y mechas para el alumbrado.

CLASE 5

Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastar los dientes y para improntas dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

CLASE 6

Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; cerrajería y ferretería metálica; tubos metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales.

CLASE 7

Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y órganos de transmisión (excepto aquellos para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean manuales; incubadoras de huevos.

CLASE 8

Herramientas e instrumentos de mano impulsados manualmente; cuchillería, tenedores y cucharas, armas blancas; maquinillas de afeitar.

CLASE 9

Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección), de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos e instrumentos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipos para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.

CLASE 10

Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura.

CLASE 11

Aparatos de alumbrado, de calefacción, de producción de vapor, de cocción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua e instalaciones sanitarias.

CLASE 12

Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.

CLASE 13

Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos de artificio.

CLASE 14

Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado no comprendidos en otras clases; joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos.

CLASE 15

Instrumentos de música.

CLASE 16

Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.

CLASE 17

Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos.

CLASE 18

Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería.

CLASE 19

Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.

CLASE 20

Muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha,

ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas.

CLASE 21

Utensilios y recipientes para el menaje y la cocina (que no sean de metales preciosos ni chapados); peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases.

CLASE 22

Cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto.

CLASE 23

Hilos para uso textil.

CLASE 24

Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa.

CLASE 25

Vestidos, calzados, sombrerería.

CLASE 26

Puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.

CLASE 27

Alfombras, felpudos, esteras, linóleoum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materias textiles.

CLASE 28

Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.

CLASE 29

Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

CLASE 30

Café, te, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

CLASE 31

Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta.

CLASE 32

Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.

CLASE 33

Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas).

CLASE 34

Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

SERVICIOS

CLASE 35

Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

CLASE 36

Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios.

CLASE 37

Construcción; reparación; servicios de instalación.

CLASE 38

Telecomunicaciones.

CLASE 39

Transporte; embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes.

CLASE 40

Tratamiento de materiales.

CLASE 41

Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales.

CLASE 42

Servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y software.

CLASE 43

Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

CLASE 44

Servicios médicos; servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.

CLASE 45

Servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas; servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales.

B. LISTA DE TASAS

CONCEPTO TASA	OBSERVACIONES
SOLICITUD DE REGISTRO: - MARCA O NOMBRE COMERCIAL - MARCA COLECTIVA O DE GARANTÍA	Por cada clase solicitada. Por cada clase solicitada.
DIVISIÓN SOLICITUD	Por cada solicitud divisional resultante.
REESTABLECIMIENTO DE DERECHOS	
PRIORIDAD UNIONISTA O DE EXPOSICIÓN	Por cada prioridad reivindicada.
MODIFICACIONES	Por modificación de la clase, distintivo, lista de productos o servicios, etc.
OPOSICIONES	Por cada solicitud de registro impugnada, con independencia de las clases que la misma comprenda.
RECURSOS	Por cada recurso interpuesto.
SOLICITUD DE RENOVACIÓN: - MARCA O NOMBRE COMERCIAL - MARCA COLECTIVA O DE GARANTÍA	Por cada clase renovada. Por demoras en la renovación de hasta 6 meses, recargos de: - 25% en los 3 primeros meses de demora. - 50% en los 3 meses siguientes de demora.
TRANSFERENCIAS Y LICENCIAS	Por cada registro transferido o licenciado, hasta un máximo de €
CERTIFICACIONES	Por cada certificación solicitada
BÚSQUEDAS ANTECEDENTES REGISTRALES	Precio variable por consulta de identidad o parecido en cada una de las clases, que debe consultar en el Servicio de Información.

AVISO IMPORTANTE: El importe de las tasas vigente para el año en curso puede consultarse en hoja separada, en la página principal de la OEPM (www.oepm.es), o en los servicios de información.

C. PROHIBICIONES ABSOLUTAS Y RELATIVAS PARA EL REGISTRO DE MARCAS

Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas

TITULO II

Concepto de marca y prohibiciones de registro.

CAPITULO II Prohibiciones absolutas

Artículo 5. *Prohibiciones absolutas.*

1. No podrán registrarse como marca los signos siguientes:

- a) Los que no puedan constituir marca por no ser conformes al artículo 4.1 de la presente Ley.
- b) Los que carezcan de carácter distintivo.
- c) Los que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de obtención del producto o de la prestación del servicio u otras características del producto o del servicio.
- d) Los que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que se hayan convertido en habituales para designar los productos o los servicios en el lenguaje común o en las costumbres leales y constantes del comercio.
- e) Los constituidos exclusivamente por la forma impuesta por la naturaleza del propio producto o por la forma del producto necesaria para obtener un resultado técnico, o por la forma que da un valor sustancial al producto.

f) Los que sean contrarios a la Ley, al orden público o a las buenas costumbres.

g) Los que puedan inducir al público a error, por ejemplo sobre la naturaleza, la calidad o la procedencia geográfica del producto o servicio.

h) Los que aplicados a identificar vinos o bebidas espirituosas contengan o consistan en indicaciones de procedencia geográfica que identifiquen vinos o bebidas espirituosas que no tengan esa procedencia, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras análogas.

i) Los que reproduzcan o imiten el escudo, la bandera, las condecoraciones y otros emblemas de España, sus Comunidades Autónomas, sus municipios, provincias u otras entidades locales, a menos que medie la debida autorización.

j) Los que no hayan sido autorizados por las autoridades competentes y deban ser denegados en virtud del artículo 6 ter del Convenio de París.

k) Los que incluyan insignias, emblemas o escudos distintos de los contemplados en el artículo 6 ter del Convenio de París y que sean de interés público, salvo que su registro sea autorizado por la autoridad competente.

2. Lo dispuesto en las letras b), c) y d) del apartado 1 no se aplicará cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicite el registro, un carácter distintivo como consecuencia del uso que se hubiera hecho de la misma.

3. Podrá ser registrada como marca la conjunción de varios signos de los mencionados en las letras b), c) y d) del apartado 1, siempre que dicha conjunción tenga la distintividad requerida por el apartado 1 del artículo 4 de la presente Ley.

CAPITULO III Prohibiciones relativas.

Artículo 6. Marcas anteriores.

1. No podrán registrarse como marcas los signos:

- a)** Que sean idénticos a una marca anterior que designe productos o servicios idénticos.
- b)** Que, por ser idénticos o semejantes a una marca anterior y por ser idénticos o similares los productos o servicios que designan, exista un riesgo de confusión en el público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación con la marca anterior.

2. Por marcas anteriores se entenderá a los efectos del apartado 1:

- a)** Las marcas registradas cuya solicitud de registro tenga una fecha de presentación o de prioridad anterior a la de la solicitud objeto de examen, y que pertenezcan a las siguientes categorías: i) marcas españolas; ii) marcas que hayan sido objeto de un registro internacional que surta efectos en España; iii) marcas comunitarias.
- b)** Las marcas comunitarias registradas que, con arreglo a su Reglamento, reivindiquen válidamente la antigüedad de una de las marcas mencionadas en los puntos i) y ii) de la letra a), aún cuando esta última marca haya sido objeto de renuncia o se haya extinguido.
- c)** Las solicitudes de marca a las que hacen referencia las letras a) y b), a condición de que sean finalmente registradas.

d) Las marcas no registradas que en la fecha de presentación o prioridad de la solicitud de la marca en examen sean “notoriamente conocidas” en España en el sentido del artículo 6 bis del Convenio de París.

Artículo 7. Nombres comerciales anteriores.

1. No podrán registrarse como marcas los signos:

- a)** Que sean idénticos a un nombre comercial anterior que designe actividades idénticas a los productos o servicios para los que se solicita la marca.
- b)** Que por ser idénticos o semejantes a un nombre comercial anterior y por ser idénticas o similares las actividades que designan a los productos o servicios para los que se solicita la marca, exista un riesgo de confusión en el público; el riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación con el nombre comercial anterior.

2. A los efectos de este artículo se entenderá por nombres comerciales anteriores:

- a)** Los nombres comerciales registrados en España cuya solicitud de registro tenga una fecha de presentación o de prioridad anterior a la de la solicitud objeto de examen.
- b)** Las solicitudes de los nombres comerciales a los que hace referencia la letra anterior, a condición de que sean finalmente registradas.

Artículo 8. Marcas y nombres comerciales notorios y renombrados registrados.

1. No podrá registrarse como marca un signo que sea idéntico o semejante a una marca o nombre comercial anteriores aunque se solicite su registro para productos o servicios que no sean similares a los protegidos por dichos signos anteriores, cuando

por ser éstos notorios en España, el uso de esa marca pueda indicar una conexión entre los productos o servicios amparados por la misma y el titular de aquellos signos o, en general, cuando ese uso, realizado sin justa causa, pueda implicar un aprovechamiento indebido o un menoscabo del carácter distintivo o de la notoriedad de dichos signos anteriores.

2. A los efectos de esta Ley, se entenderá por marca notoria la que, por su volumen de ventas, duración, intensidad o alcance geográfico de su uso, valoración o prestigio alcanzado en el mercado o por cualquier otra causa, sea generalmente conocida por el sector pertinente del público al que se destinan los productos o servicios que distingue dicha marca. Asimismo se entenderá por nombre comercial notorio el que por aplicación con la debida adaptación, de las características señaladas para la marca notoria sea generalmente conocido por el sector pertinente del público al que la empresa presta su actividad. La protección otorgada en el apartado 1, cuando concurren los requisitos previstos en el mismo, alcanzará a productos o servicios o actividades de naturaleza tanto más diferente cuanto mayor sea el grado de conocimiento de la marca o nombre comercial notorios en el sector pertinente del público o en otros sectores relacionados.

3. Cuando la marca o nombre comercial sean conocidos por el público en general, se considerará que los mismos son renombrados y el alcance de la protección se extenderá a cualquier género de productos, servicios o actividades.

4. A los efectos del apartado 1 por marca o nombre comercial anteriores se entenderán los signos contemplados, respectivamente, en el artículo 6.2, letras a), b) y c) y en el artículo 7.2.

Artículo 9. Otros derechos anteriores.

1. Sin la debida autorización, no podrán registrarse como marcas:

- a)** El nombre civil o la imagen que identifique a una persona distinta del solicitante de la marca.
- b)** El nombre, apellido, seudónimo o cualquier otro signo que para la generalidad del público identifique a una persona distinta del solicitante.
- c)** Los signos que reproduzcan, imiten o transformen creaciones protegidas por un derecho de autor o por otro derecho de propiedad industrial distinto de los contemplados en los artículos 6 y 7.
- d)** El nombre comercial, denominación o razón social de una persona jurídica que antes de la fecha de presentación o prioridad de la marca solicitada identifique en el tráfico económico a una persona distinta del solicitante, si, por ser idéntica o semejante a estos signos y por ser idéntico o similar su ámbito de aplicación, existe un riesgo de confusión en el público. A estos efectos, el titular de esos signos habrá de probar el uso o conocimiento notorio de dichos signos en el conjunto del territorio nacional. Cumpliéndose estas condiciones, de igual protección gozarán los extranjeros que de acuerdo con el artículo 3 de esta Ley puedan invocar el artículo 8 del Convenio de París o el principio de reciprocidad, siempre que acrediten el uso o conocimiento notorio en España de su nombre comercial no registrado.

2. No podrán registrarse como marcas el nombre, apellidos, seudónimo o cualquier otro signo que identifique al solicitante del registro si los mismos incurren en alguna de las prohibiciones de registro contenidas en el presente título.

Artículo 10. Marcas de Agentes o representantes.

1. A menos que justifiquen su actuación, el agente o representante de un tercero que sea titular de una marca en otro Miembro del Convenio de París o de la Organización Mundial del Comercio no podrá registrar esta marca a su nombre sin el consentimiento de dicho titular.

2. El titular perjudicado tendrá derecho a oponerse al registro de la marca o a formular contra la misma las correspondientes acciones de nulidad, reivindicatoria o de cesación, conforme a lo previsto en esta Ley en el artículo 6 septies del Convenio de París. En particular, serán de aplicación a la acción reivindicatoria las previsiones contenidas en los apartados 2 y 3 del artículo 2.

D. EJEMPLOS PRÁCTICOS

1. SOLICITUD DE MARCA DENOMINATIVA EN CARACTERES ESTANDAR
2. SOLICITUD DE MARCA MIXTA

1. SOLICITUD DE MARCA DENOMINATIVA EN CARACTERES ESTANDAR

Página Nº 1

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA

(1) TÍTULO DE MARCA:
 MARCA DE PRODUCTOS O SERVICIOS MARCA DIVISIONAL
 MARCA COLECTIVA MARCA TRANSFORMADA
 MARCA DE GARANTÍA

(2) DIVISIÓN DE ESTABLECIMIENTOS PARA MARCAS DIVISIONALES Y TRANSFORMADAS:
 Nºº CENTRO: _____ NÚMERO: _____ F. OBJETIVO: _____
 F. NATURALEZA: _____ F. CONTORNO: _____ DIVISIÓN Nºº _____ DE _____
 CLAVE: _____

ESTABLECIMIENTO DE REPRESENTACIÓN GENERAL: _____
 ESTABLECIMIENTO DE REPRESENTACIÓN LOCAL: _____

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) SOLICITANTE: APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL: **GONZÁLEZ MARTÍNEZ** NOMBRE: **PEDRO** D.N.I./N.I.E.: **20741723J**

SIGUE EN PÁGINA ANEXA

(2) DIRECCIÓN DE LA SUCURSAL O DEL SOLICITANTE: **ESPAÑA** ESTADO DE RESIDENCIA DEL SOLICITANTE: **ESPAÑA** ESTADO DE ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE: **ESPAÑA**

(3) DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, P.O. BOX, CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD, PROVINCIA, PAÍS
C/ PASEO MARÍTIMO, 14 2º IZQ. 30001 SANTANDER CANTABRIA ESPAÑA

(4) DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, P.O. BOX, CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD, PROVINCIA, PAÍS

(5) DIRECCIÓN CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE: **gomar@navegalia.com** Nº FAX: _____ Nº TELEFONO: _____ INDICACIÓN DEL MEDIO DE CONTACTO PREFERENTE:
 CORREO CORREO ELECTRÓNICO FAX

(6) INDICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE: REGIÓN, TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA, LOCALIDAD DE PRESTACIONES

2. DATOS DEL REPRESENTANTE

(1) REPRESENTACIÓN:
 EL SOLICITANTE NO ESTÁ REPRESENTADO EL SOLICITANTE ESTÁ REPRESENTADO
 REPRESENTADO MENOS PROPIEDAD INDUSTRIAL EMPLEADO DE LA EMPRESA CÓDIGO REPRESENTANTE

(2) APELLIDOS DEL REPRESENTANTE Y NOMBRE DE LA FIRMA DEL AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: _____ NOMBRE: _____ CÓD. AGENTE P.I./N.I.E.: _____

3. ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN Y FIRMAS

(1) ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:
 4 EXPEDIENTE DE MARCA CERTIFICADO PROPIEDAD INDUSTRIAL
 PROTOCOLO REPRESENTANTE DECLARACIÓN CERTIFICADO DE PROPIEDAD
 FUNDAMENTO PAGO TASA SOLICITUD CERTIFICADO PROPIEDAD EXPOSICIÓN
 FUNDAMENTO PAGO TASA REPRESENTANTE DECLARACIÓN CERTIFICADO P. EXPOSICIÓN
 DECLARACIÓN DE TÍTULO INVOICE

FIRMA DEL SOLICITANTE/ORDENANTE: _____ FOLIO/NÚMERO DE PÁGINAS DE SOLICITUD: **3**

FIRMA DEL FUNCIONARIO: _____ FOLIO/NÚMERO DE PÁGINAS DEL FUNCIONARIO: _____

ADVERTENCIA: POR DISPOSICIÓN LEGAL LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD, SALVO N.I.E., DIRECCIÓN ELECTRÓNICA, Nº DE PAGO Y TELEFONO SERÁN PUBLICADOS EN EL BOLETÍN OFICIAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INSCRITOS EN EL REGISTRO DE MARCAS DE LA OEPM, SENDO AMBAS Bases DE DATOS DE CARÁCTER PÚBLICO Y ACCESIBLES VIA REDES MUNDIALES DE INFORMÁTICA.

ELABORÓ EL DIRECTOR DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS
 informacion@oepm.es www.oepm.es C/ PÁGINA Nº 1 - 3001 PÁGINAS

NO OLVIDAR Pagar LOS REQUERIDOS EMPLAZADOS EN EL CONTADOR

2. DATOS DEL REPRESENTANTE (CONTINUACIÓN)

DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE (CALLE, NÚMERO, CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD)		CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD		PEDIJENTA		PAÍS	
CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE		Nº DE FAX		Nº TELEFONO		FORO (DIFERENCIA HORARIA) (DEPM)	
						<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
INDICACIÓN DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFERENTE							
<input type="checkbox"/> CORREO		<input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO		<input type="checkbox"/> FAX		<input type="checkbox"/> MENSAJES (CARPETA) DEPM <input type="checkbox"/> BOPFI	
INDICACIÓN DE LA SOCIEDAD DEL REPRESENTANTE SI LA TIENE EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN							
INDICACIÓN DEL PODER DE REPRESENTACIÓN							
<input type="checkbox"/> EL PODER ES ABIERTO O LIMITADO		<input type="checkbox"/> EL PODER ES ABIERTO EN SU MOMENTO		<input type="checkbox"/> EL PODER OBRAN EN SU DEFERENTE Nº: _____		<input type="checkbox"/> REPRESENTANTE CON PODER LEGAL Nº: _____	

4. REPRODUCCIÓN Y DATOS DE LA MARCA

(16) DISEÑO DULCILLA	(19) TIPO DE DISEÑO: <input checked="" type="checkbox"/> DENOMINATIVO <input type="checkbox"/> GRÁFICO <input type="checkbox"/> MIXTO <input type="checkbox"/> TRIDIMENSIONAL <input type="checkbox"/> SONORO <input type="checkbox"/> OTRO
	(20) DISEÑO DENOMINATIVO ESTÁNDAR: <input checked="" type="checkbox"/> EL SOLICITANTE DE LA MARCA DECLARA QUE LA OBRAS DE DISEÑO Y REGISTRO DE LA PRESENTE MARCA SON LOS CARACTERES ESTÁNDAR UTILIZADOS POR DICHA ENTIDAD
	(21) REFINESCENCIA DEL COLOR COMO CARACTERÍSTICA DISTINTIVA DE LA MARCA: <input type="checkbox"/> SI REFINESCAN LOS SIGUIENTES COLORES:
	(22) DECLARACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA MARCA SOBRE LOS QUE NO SE REFINESCAN EN DERECHO EN CLUSTRO DE UTILIZACIÓN FACULTATIVA:

(23) DESCRIPCIÓN ESQUEMA DE LA MARCA (FACULTATIVA)

5. LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLASE	(24) PRODUCTOS Y SERVICIOS
24	MANTAS, EDREDONES Y COLCHAS
26	PUNTILLAS Y BORDADOS, CINTAS, LAZOS, BOTONES, FLORES ARTIFICIALES
40	SERVICIOS DE COSTURA Y BORDADO
<input type="checkbox"/> SERIE EN PÁGINA ANTERIOR	

2. SOLICITUD DE MARCA MIXTA

MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA		Oficina Española de Patentes y Marcas		Página Nº 1	
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA					
(1) TIPO DE MARCA: <input checked="" type="checkbox"/> MARCA DE PRODUCTOS O SERVICIOS <input type="checkbox"/> MARCA COLECTIVA <input type="checkbox"/> MARCA DE GARANTÍA		<input type="checkbox"/> MARCA DIVISIONAL <input type="checkbox"/> MARCA TRANSFORMADA		NÚMERO SOLICITUD	
(2) DATOS IDENTIFICATIVOS PARA MARCA DIVISIONAL Y TRANSFORMADA (OBLIGATORIO) Nº. ORDEN: _____ Y SOLICITUD: _____		(3) DUEÑO, TITULAR, HEREDERO O REPRESENTANTE EN EL REGISTRO DE PATENTES Y MARCAS: P. NOMBRE: _____ Y COGNOMINOS: _____ DIFERENCIACIÓN: _____ DE: _____			
I. DATOS DEL SOLICITANTE					
(1) SOLICITANTE: APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL		NOMBRE		D.N.I. N.I.F.	
GONZÁLEZ MARTÍNEZ		PEDRO		28741729J	
<input type="checkbox"/> SI SE TRATA DE MARCA ANONIMA					
(2) DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL SOLICITANTE		ESTADO DE RESIDENCIA DEL SOLICITANTE		ESTADO DE ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE	
ESPAÑA					
(3) DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, P.O. BOX, ETC.		CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD		PAÍS	
C/ PASEO MARÍTIMO, 14 2º IZQ		39001 SANTANDER		CANTABRIA ESPAÑA	
(4) DIRECCIÓN NOTIFICACIONES: CALLE, PLAZA, NÚMERO, P.O. BOX, ETC.		CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD		PAÍS	
(5) CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE		Nº FAX		Nº TELÉFONO	
gonzalez@navegalia.com					
(6) INDICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE: SI EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN.					
2. DATOS DEL REPRESENTANTE					
(1) REPRESENTACIÓN:					
<input type="checkbox"/> EL SOLICITANTE NO ES EL REPRESENTANTE <input type="checkbox"/> EL SOLICITANTE ES EL REPRESENTANTE O UNO DE ELLOS <input type="checkbox"/> MEDIO PROPIEDAD INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> EMPLEADO DE LA EMPRESA <input type="checkbox"/> OTRO REPRESENTANTE					
(2) APELLIDOS DEL REPRESENTANTE, Y NOMBRE Y CATEGORÍA DE LA PROFESIÓN DEL REPRESENTANTE		NOMBRE		OTRO AGENTE: N.I.F.	
3. ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN Y FIRMAS					
(1) ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:		FIRMA DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE		(2) NÚMERO DE PÁGINAS DE SOLICITUD	
<input checked="" type="checkbox"/> FOTOCOPIA DE LA MARCA <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA DEL REPRESENTANTE <input checked="" type="checkbox"/> FOTOCOPIA DEL TÍTULO DE PATENTE <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA DEL TÍTULO DE PATENTE <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA DEL TÍTULO DE PATENTE		<input type="checkbox"/> FOTOCOPIA PROPIEDAD INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA PROPIEDAD INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA PROPIEDAD INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA PROPIEDAD INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> FOTOCOPIA PROPIEDAD INDUSTRIAL		7	
		FIRMA DEL FUNCIONARIO		COMPROBACIÓN Nº PÁGINAS (FUNCIONARIO)	
IMPORTANTE: POR DISPOSICIÓN LEGAL LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD, SALVO N.I.F., DIRECCIÓN ELECTRÓNICA, Nº DE FAX Y TELÉFONO, SERÁN PUBLICADOS EN EL BOLETÍN OFICIAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INSCRITOS EN EL REGISTRO DE MARCAS DE LA OEPM, SIENDO AMBAS BASES DE DATOS DE CARÁCTER PÚBLICO Y ACCESIBLES VÍA REDES MUNDIALES DE INFORMÁTICA.					
E. MRO. SR. DIRECTOR DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS informacion@oepm.es www.oepm.es					

NO OLVIDAR MENTAR LOS RECURSOS EMPLEADOS EN TODO

MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA		Oficina Española de Patentes y Marcas		Página Nº 2	
2. DATOS DEL REPRESENTANTE (CONTINUACIÓN)					
(1) DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, P.O. BOX, ETC.		CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD		PAÍS	
(3) DIRECCIÓN CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE		Nº DE FAX		Nº TELÉFONO	
(4) INDICACIÓN DEL MEDIO DE NOTIFICACIÓN PREFERENTE					
<input type="checkbox"/> CORREO <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO <input type="checkbox"/> FAX <input type="checkbox"/> FAXES (CARRETA) CEPH <input type="checkbox"/> BPO					
(5) INDICACIÓN DE LA SUCURSAL DEL REPRESENTANTE: SI EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN.					
(6) INDICACIÓN DEL PODER DE REPRESENTACIÓN:					
<input type="checkbox"/> EL PODER ES APERTA CON ESTA SOLICITUD <input type="checkbox"/> EL PODER ES ADSCRITO EN SU MOMENTO <input type="checkbox"/> EL PODER ORLA EN EL EXISTENTE Nº: _____ <input type="checkbox"/> EL REPRESENTANTE CON PODER GENERAL Nº: _____					
4. REPRODUCCIÓN Y DATOS DE LA MARCA					
(1) TIPO DE DISTINTIVO:		<input type="checkbox"/> DENOMINATIVO <input type="checkbox"/> GRÁFICO <input checked="" type="checkbox"/> MIXTO <input type="checkbox"/> TRIDIMENSIONAL <input type="checkbox"/> SONORO <input type="checkbox"/> OTRO			
(2) DISTINTIVO DENOMINATIVO ESTÁNDAR:		<input type="checkbox"/> EL SOLICITANTE DECLARA QUE DEBEA QUE LA OPM PUERQUE Y REGISTRE LA REPRESENTACIÓN DE LA MARCA EN LOS CARACTERES ESTÁNDAR UTILIZADOS POR Dicha OFICINA.			
(3) DERECHOS DE LA MARCA:		<input checked="" type="checkbox"/> SE REIVINDICAN LOS SIGUIENTES COLORES: VERDE, AZUL, ROJO, ROSA, MARRÓN			
(4) DECLARACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA MARCA SOBRE LOS QUE NO SE REIVINDICA UN DERECHO EXCLUSIVO DE UTILIZACIÓN (ARTÍCULO 17.1):					
(5) DESCRIPCIÓN GRÁFICA DE LA MARCA (ARTÍCULO 17.1):					

Mod. 41/01

5. LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLASIF.	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
30	BOMBONES, CARAMELOS, CHOCOLATES Y PASTELES
31	FRUTAS FRESCAS
32	ZUMOS DE FRUTAS
35	SERVICIOS DE VENTA AL MENOR EN COMERCIO DE PRODUCTOS DE CONFITERIA, FRUTERÍA Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

RECOMIENDA ANEXA

SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA

HOJA DE REPRODUCCIÓN DE LA MARCA

HOJA Nº 1 DE 4

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL		NOMBRE	DNI/NIE/J
GONZÁLEZ MARTINEZ		PEDRO	20741725J
(2) DIRECCIÓN (CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC.)		CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA
C/ PASEO MARITIMO, 14 2º IZQ.		39001 SANTANDER	CANTABRIA
		PAIS	
		ESPAÑA	

2. REPRODUCCIÓN DE LA MARCA

DESTINIO: MÁXIMOS 47CM.



* DE ESTA HOJA DEBERÁ PRESENTAR 4 EJEMPLARES