



# Manual Informativo para los Solicitantes de Marcas



MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO



Oficina Española  
de Patentes y Marcas

## 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).*

### ÍNDICE

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) RESOLUCIÓN DE 9 DE ENERO DE 2019 DEL DIRECTOR DE LA OEPM POR LA QUE SE ESPECIFICAN LAS CONDICIONES GENERALES, REQUISITOS, CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y FORMATOS PARA LA PRESENTACIÓN ELECTRÓNICA DE LOS DISTINTOS TIPOS DE MARCAS A PARTIR DEL 14 DE ENERO DE 2019
  - D) PROHIBICIONES ABSOLUTAS Y RELATIVAS PARA EL REGISTRO DE LAS MARCAS

## 1. QUÉ ES UNA MARCA

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.

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.

## 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.

## 3. QUÉ PUEDE SER MARCA

Según el artículo 4 de la Ley de Marcas podrán constituir marcas todos los signos, especialmente:

- las palabras, incluidos los nombres de personas
- los dibujos
- las letras
- las cifras
- los colores

- la forma del producto o de su embalaje
- los sonidos

a condición de que tales signos sean apropiados para:

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

---

## TIPOS DE MARCA:

TIPOS DE MARCA:

- DENOMINATIVA: es la que está formada exclusivamente por palabras o letras, números en caracteres estándar, sin características gráficas, de disposición ni color.
- FIGURATIVA: es aquel signo formado por palabras, letras o números con caracteres, estilización o disposición no estándar con o sin elementos gráficos o de color o que estén exclusivamente formada por elementos gráficos.
- TRIDIMENSIONAL: son aquellas marcas que consisten en una forma tridimensional.
- DE POSICIÓN: son aquellos signos que consisten en la manera específica en que la marca se coloca o figura en el producto.
- PATRÓN: son aquellos signos exclusivamente constituidos por un conjunto de elementos que se repiten periódicamente.
- COLOR: son aquellas marcas compuestas exclusivamente por un solo color sin contornos o por una combinación de colores sin contornos.
- SONORA: son aquellas marcas constituidas exclusivamente por un sonido o combinación de sonidos.
- MOVIMIENTO: son aquellas marcas compuestas de un movimiento o un cambio en la posición de los elementos de la marca.
- MULTIMEDIA: son las marcas constituidas por la combinación de imagen y sonido.
- HOLOGRAMA: son las marcas compuestas por elementos con características holográficas.
- OTROS: aquellas marcas que no estén cubiertas por ninguno de los otros tipos de marcas.

## 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 cuya representación no permita determinar con claridad y precisión el objeto de la protección.** Por ejemplo, los signos táctiles, gustativos y olfativos. .
  - 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. La **forma** u otra característica 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. Las **denominaciones de origen, las indicaciones geográficas, los términos tradicionales de los vinos o especialidades tradicionales garantizadas** que estén protegidos por normativa nacional, europea o internacional que impida su registro.
- 1.8. Los signos que consistan o reproduzcan en lo esencial la **denominación de una obtención vegetal anterior registrada**, cuando se solicite para obtenciones vegetales de la misma especie o estrechamente conexas.
- 1.9. 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.
- 1.10. 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 D).

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 o nombre comercial 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 **renombrado**, el acceso a registro de dicho signo también está prohibido respecto de productos, servicios o actividades distintos de los protegidos por dicha marca renombrada, si con el uso de la marca posterior, realizado sin justa causa, se pretenda obtener una ventaja desleal del carácter

distintivo o del renombre de la marca anterior, o dicho uso fuera perjudicial para dicho carácter distintivo o dicho 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.

El signo tampoco podrá registrarse:

- a) cuando exista una solicitud anterior de denominación de origen o de indicación geográfica, sometida al Derecho nacional o de la Unión, siempre que sea finalmente registrada y la persona autorizada según tal normativa tenga derecho a prohibir la utilización de una marca posterior.
- b) cuando quien solicita su registro es el agente comercial o representante en España del titular de dicha marca y no cuenta con el consentimiento de éste.

## 5. BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES REGISTRALES

Una vez elegida la marca puede efectuar una búsqueda en los buscadores de marcas que puede encontrar en la web [www.oepm.es](http://www.oepm.es), o 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 marcas y nombres comerciales 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 autorizados. Las personas físicas o jurídicas que no tengan ni domicilio ni establecimiento industrial o comercial efectivo y serio en el Espacio Económico Europeo deberán, conforme a lo dispuesto en el artículo 175.2 de la Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes, hacerse representar mediante Agente de la Propiedad Industrial.

En el supuesto de que el interesado actúe por sí mismo y no tenga domicilio ni sede social en territorio del Estado español, deberá designar, a efecto de notificaciones, una dirección postal en España o en el Espacio Económico Europeo o, alternativamente, indicar que las notificaciones le sean dirigidas por cualquier otro medio técnico de comunicación de que disponga la citada Oficina.

## 7. ¿DÓNDE PRESENTAR LAS SOLICITUDES?

[www.registratamarca.com](http://www.registratamarca.com) o en el teléfono 96 30 100 30

---

## 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).