

# GUÍA SOBRE SIGNOS DISTINTIVOS

CLÍNICA JURÍDICA DE EMPRENDIMIENTO.  
UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID.

## GUÍA ELABORADA:

LUCÍA PALOMINO LÓPEZ  
ROBERTO LÓPEZ SÁNCHEZ  
FRANCISCO CARAMES LÓPEZ  
FERNANDO FRANCISCO GARCÍA GONZALEZ



Por **“SIGNOS DISTINTIVOS”** se entienden los medios a los que recurre al empresario para dar nombre y diferenciarse a sí mismo como titular de una empresa (nombre comercial) y a sus productos o servicios (marca) frente a los de los competidores. A continuación pasamos a enumerarlos:

## 1) MARCAS

### 1.1. CONCEPTO

El artículo 4 de la Ley de Marcas define la marca como signos que sirvan para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y en lo que pueda ser representado el objeto de forma clara y precisa para las autoridades competentes y para el público en general.

Además de esa función distintiva de unos productos o servicios respecto de los idénticos o similares que puedan ser encontrado en el mercado, la marca desempeña también una función atributiva de calidad, una función condensadora de la reputación empresarial de la persona que la utiliza y una función publicitaria.

#### Ley de Marcas:

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-23093>

**Ejemplo:** Coca-cola solicitó el registro de marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) en 1945.

### 1.2. TIPOS DE MARCAS

- a. **DENOMINATIVAS:** Letras, palabras, números u otros caracteres tipográficos o una combinación, siempre en formato estándar.
- b. **FIGURATIVAS:** Las denominativas con formatos especiales, las gráficas (logotipos y dibujos), con color/es y también las mixtas que consistan en elementos figurativos y denominativos.
- c. **TRIDIMENSIONALES:** Se trata de una forma tridimensional en sí misma, incluyendo los recipientes, el embalaje, el producto mismo o su apariencia, o de una forma que contenga además otros elementos.
- d. **DE POSICIÓN:** La forma específica en la que la marca se coloca o figura en el producto.
- e. **DE PATRÓN:** Constituida, exclusivamente, por un conjunto de elementos repetidos periódicamente.
- f. **DE COLOR:** Se trata de la que consiste, solamente, en un color, o, exclusivamente en una combinación de colores. Ejemplo de marca de color: Suela de zapato de color rojo de Louboutin (código Pantone nº 18.1663TP).
- g. **SONORAS:** Consisten en un sonido o una combinación de ellos. Por ejemplo: el grito de Tarzán (registrado en la Oficina de la Propiedad Industrial Intelectual de la UE).
- h. **DE MOVIMIENTO:** La compuesta de un movimiento o un cambio en la posición de los elementos de la marca, o que los incluya (sería mixta). Por ejemplo: una marca de movimiento registrada en la Oficina de la Propiedad Industrial de la UE por Microsoft
- i. **MULTIMEDIA:** Se trata de la combinación de imagen y sonido.
- j. **HOLOGRÁFICA:** Se trata de un signo con características holográficas (cuando se utilizan imágenes tridimensionales basándose en el uso de la luz).

### 1.3. PROHIBICIONES ABSOLUTAS

En principio existe una regla de libertad a favor de todo empresario a la hora de elegir un determinado signo distintivo para los productos o servicios que coloca en el mercado.

Sin embargo, el potencial objeto material de la marca ha de respetar una serie de límites establecidos por la Ley de Marcas y, de este modo, cabe hablar de prohibiciones aplicables al objeto de las marcas.

El artículo 5 de la Ley de Marcas contiene las prohibiciones absolutas

- **Que no reúna los requisitos para ser entendido como “marca” (art. 4 LM)**, es decir, que no sean signos (palabras, dibujos, letras, cifras, colores, etc.), que permitan distinguir los productos/servicios de una empresa de los de otras y de forma tal que se permita determinar su objeto de forma clara y precisa.
- **Que dicho signo carezca de carácter distintivo**, por ejemplo, aquellos signos que pueden ser considerados como descriptivos, excesivamente simples o complejos.
- **Que se componga de signos o indicaciones que designen la especie, calidad, cantidad, destino, valor, procedencia geográfica, época de obtención del producto o de la prestación del servicio u otras características del producto/servicio**. Esta prohibición tiene como objetivo evitar que, sobre una denominación o gráfico descriptivo, recaiga un derecho exclusivo de utilización o monopolio por parte de un titular e impide a otros competidores usarlo en productos o servicios similares. Por ejemplo: “fincas y finanzas” para servicios financieros e inmobiliarios.
- **Que el signo que queremos registrar se haya convertido en habitual o usual** en el lenguaje común, en relación con determinados productos/servicios, por ejemplo, “madridista”, sin embargo, si van acompañados de otros elementos denominativos y/o gráficos que lo doten de distintividad sí podrán ser registrados.
- **Que queramos registrar la forma del propio producto**, por ejemplo, los envases de yogures con representación de su contenido usual, formas de snacks, el envase usual de una botella de vino, pero si contienen grabados o estampados sí podrían registrarse).

- **Que sea contrario a la ley, orden público o buenas costumbres.**
- **Que puedan inducir a error al consumidor, sobre la naturaleza, la calidad o el origen geográfico del producto o servicio.**
- **Que sean signos que identifiquen vinos o bebidas espirituosas y contengan indicaciones de procedencia geográfica, pero que esta no sea su procedencia real.**
- **Que se pretenda registrar un signo oficial especialmente protegido.** Por ejemplo: el escudo de España, escudos de armas, banderas, siglas o denominaciones de organizaciones internacionales intergubernamentales.

### 1.4. PROHIBICIONES RELATIVAS

Las prohibiciones relativas son las que se refieren a intereses privados o particulares. Son supuestos en los que el signo sí es susceptible de protección, pero derechos anteriores de terceros hacen que el signo no esté disponible.

Ejemplos de esto son:

- MARCAS ANTERIORES
- NOMBRES COMERCIALES ANTERIORES
- DENOMINACIONES SOCIALES: Por ejemplo “PEREA ABOGADOS, S.A”.
- DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
- NOMBRES CIVILES O SEUDÓNIMOS: Por ejemplo “Mario Vargas Llosa”.

En estos casos, son los propios afectados los que deben oponerse a la solicitud de esa marca en el proceso de registro ante la OEPM.

## 1.5. ADQUISICIÓN DEL DERECHO DE MARCA

Podrán solicitar el registro de las personas físicas o jurídicas. Puede actuar bien directamente, bien mediante Agente de la Propiedad Industrial o representante debidamente autorizado.

### ▣ De manera presencial

- Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). (Paseo de la Castellana, 75, 28046 Madrid)
- Centros Regionales de Información en Propiedad Industrial de las distintas Comunidades Autónomas.

[http://www.oepm.es/es/propiedad\\_industrial/enlaces\\_de\\_interes/centros\\_regionales\\_info\\_rmacion\\_propiedad\\_industrial/index.html](http://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/enlaces_de_interes/centros_regionales_info_rmacion_propiedad_industrial/index.html)

- Oficinas de Correos. En sobre abierto, por correo certificado y con acuse de recibo
- El formulario para presentar una solicitud de marca puede descargarse a través de internet:

[http://www.oepm.es/es/propiedad\\_industrial/formularios/las\\_marcas\\_y\\_los\\_nombres\\_comerciales/marca\\_nacional/](http://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/formularios/las_marcas_y_los_nombres_comerciales/marca_nacional/)

### ▣ De manera telemática

<https://sede.oepm.gob.es/eSede/es/index.html>

Esta última modalidad presenta como ventaja:

- Reducción de la tasa de solicitud del 15%.

## PRESENTACIÓN

A la solicitud presentada se le asignará 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.
- Una representación de la marca.
- Los productos o servicios a los que se aplicará

## EXAMEN DE FORMA

Recibida la solicitud, el órgano competente examinará si la misma contiene los datos mínimos para obtener una fecha de presentación, así como los formularios y la legitimidad del solicitante para ser titular de la marca.

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.

## 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.

## EXAMEN DE LICITUD

En esta fase la OEPM controla 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.

## PUBLICACIÓN DE LA SOLICITUD

Si el examen de licitud es superado, la solicitud se publicará en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial para que en el plazo de dos meses, toda persona que se considere perjudicada pueda presentar escrito de oposición a la concesión de la marca solicitada

## EXAMEN DE FONDO

Transcurrido el plazo de presentación de oposiciones se examina la solicitud para comprobar si incide en alguna de las prohibiciones absolutas o relativas mencionadas anteriormente.

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 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.

## 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 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.

## DURACIÓN DEL TRÁMITE

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

## 1.6. TASAS CORRESPONDIENTES (FUENTE: OEPM)

SIGNOS DISTINTIVOS.		TRÁMITE O PAGO NO ELECTRÓNICOS		TRÁMITE Y PAGO ELECTRÓNICOS	
		Clave	Importe	Clave	Importe
SOLICITUD DE MARCA O NOMBRE COMERCIAL	1ª Clase	MT01	147,49 €	ME01 (*)	125,36 €
	2ª Clase y cada sucesiva		95,55 €		81,21 €
Clase no pagada con la solicitud de marca o nombre comercial.		MT17	95,55 €	ME17 (*)	81,21 €
SOLICITUD DE MARCA COLECTIVA O DE GARANTÍA	1ª Clase	MT02	294,94 €	ME02 (*)	250,70 €
	2ª Clase y cada sucesiva		191,07 €		162,41 €
Clase no pagada con la solicitud de marca colectiva o de gar.		MT18	191,07 €	ME18 (*)	162,41 €
SOLICITUD DE REGISTRO INTERNACIONAL. Sólo comprende la tasa nacional, con independencia de las que hayan de abonarse a la Of. Int.		MT03	43,98 €	ME06	37,38 €
DIVISIÓN SOLICITUD. Por cada solicitud divisional resultante.		MT05	56,06 €	ME03	47,65 €
SOLICITUD DE RESOLUCIÓN URGENTE		MT07	54,26 €	ME08	46,12 €
PRIORIDAD UNIONISTA O EXPOSICIÓN. Por cada prior. reivindicada		MT08	20,25 €	ME09	17,21 €
INSCRIPCIÓN O CANCELACION DE CESIONES, LICENCIAS, DERECHOS REALES, OPCIONES COMPRA. Por registro afectado.		MT15	34,43 €	ME10	29,27 €
PAGO MÁXIMO.		MX15	7.184,75 €	XM10	6.107,04 €
CERTIFICACIONES		MT20	17,41 €	ME11	14,81 €



## 1.7. DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL TITULAR DE MARCA

DERECHOS	OBLIGACIONES DE USO DE LA MARCA
<p>1. Uso de la marca durante 10 años (desde la fecha de presentación de la solicitud) RENOVABLES por períodos de igual duración, indefinidamente en el tiempo.</p> <p>2. De prohibición de uso ilegítimo de la marca, que hace referencia a que la persona titular de la marca puede utilizarla de manera exclusiva y prohibir su utilización por terceros sin su consentimiento en los siguientes supuestos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• En la publicidad</li><li>• En nombres de dominio</li><li>• En redes de comunicación telemática</li></ul>	<p>1. El uso no solo es un derecho, sino también una obligación</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Si no se usa se puede solicitar la caducidad de la marca</li><li>• El uso debe ser real y efectivo en España en los 5 años siguientes a la publicación en el BOPI</li><li>• Puede ser usada por un tercero con consentimiento, por ejemplo, un licenciataria.</li></ul> <p>* Causas independientes a la voluntad del titular</p> <p>2. Obligación del PAGO DE LAS TASAS de renovación si se opta por renovar la marca</p>

## 1.8. ADQUISICIÓN DEL DERECHO DE MARCA

En este punto vamos a hacer referencia a la extinción de la marca. El registro de la marca se cancela por la caducidad o por nulidad, que puede ser total o parcial..

- **Nulidad:** La nulidad se declara por la OEPM si es por la vía directa o por los tribunales si es en vía de reconvencción en una acción por la violación de la marca, implicando que el registro de la marca nunca ha sido válido.

La nulidad de la marca se declara por haber actuado de mala fe el solicitante al presentar su solicitud de marca y por contravenir las prohibiciones absolutas establecidas en el artículo 5 de la Ley de Marcas. En estos casos la acción para solicitar la nulidad no prescribe.

Están legitimados para solicitar la nulidad absoluta cualquier persona física o jurídica, así como cualquier organismo que se haya constituido para la representación de los intereses de los fabricantes, productores, comerciantes o consumidores que se consideren perjudicados y tengan capacidad procesal.

En cuanto a la nulidad relativa, están facultados para solicitarla aquellos que puedan oponerse al registro de una marca (artículo 19.1 letras b) a e) de la Ley de Marcas)

- **Caducidad:** la caducidad de la marca implica también al igual que la nulidad su cancelación pero con efectos distintos. La marca caducada era una marca perfectamente válida y los efectos de la caducidad se producen a partir de la fecha en que se solicitó.

Hay varias causas de caducidad como la expiración de la vida legal de la marca sin su renovación, o la renuncia del titular sobre la marca. En estos supuestos la caducidad se declara de oficio por la OEPM, pero en otras ocasiones la caducidad deberá de ser solicitada ante la OEPM o ante la jurisdicción ordinaria. También es una causa de caducidad aquella marca que se haya convertido en el comercio por la actividad o inactividad de su titular, en la designación usual del producto o servicio en relación con el cual la marca ha sido registrada.

Para solicitar la caducidad están legitimadas para ello las mismas personas que pueden solicitar una declaración de una nulidad absoluta (artículo 58.1 Ley de Marcas)

## 1.9. LA MARCA DE LA UNIÓN EUROPEA

La marca de la Unión Europea se caracteriza porque puede ser solicitada y concedida por la totalidad del territorio de la UE, por lo que será conveniente optar por ella cuando queramos que el alcance geográfico de nuestra marca no se limite a ciertos Estados miembros (**que solo tenga protección nuestra marca en España**)

Se encuentra regulada en el Reglamento nº 2017/1001, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de junio de 2017, sobre la marca de la Unión Europea (RMU).

- La marca de la Unión Europea puede ser solicitada y concedida para la totalidad del territorio de la UE (principio de unidad), de manera que habrá una única solicitud, una única tasa, ante una sola oficina, que es la Oficina de Propiedad Intelectual de Unión Europea.
- Es preciso tener en cuenta que el registro de una marca de la Unión puede naufragar por la oposición del titular de una marca nacional anterior en un Estado miembro (principio de coexistencia)
- Las marcas de la Unión Europea se rigen exclusivamente por normas europeas aunque si que es cierto que en ocasiones el RMU remite determinadas cuestiones a los Derechos internos, aunque serán los Tribunales de marcas de la Unión Europea de primera y segunda instancia de los Estados miembros los encargados de resolver las cuestiones que surjan al aplicar el RMU

**I. Denegación:** son motivos de denegación absolutos los signos que carezcan de carácter distintivo, también es motivo de denegación absoluto los signos constituidos exclusivamente por formas necesarias (por ejemplo, una botella). En cuanto a los motivos de denegación relativos hay que acudir al artículo 8 del RMU.

**II. Adquisición del derecho sobre la marca de la Unión:** el derecho sobre la marca de la Unión se adquiere mediante el registro en la oficina de propiedad intelectual de la Unión Europea (EUIPO). El RMU ha decidido optar por el llamado principio de registro como modo de adquirir la marca de la Unión. El procedimiento de registro se inicia con una solicitud ante la EUIPO. La EUIPO realizará un examen de oficio que se limita a las prohibiciones absolutas, y en relación con las previsiones relativas la EUIPO se limita a realizar una búsqueda si el licitante lo pide.

**III. Caducidad y Nulidad:** en cuanto a las causas de caducidad destacan la renuncia o transcurso del plazo sin renovación y la caducidad por falta de uso. La marca de la Unión se concede por 10 años que se pueden prorrogar por idénticos períodos indefinidamente aunque el titular de la marca estará obligado a utilizarla en un plazo de 5 años a partir del registro. El uso de la marca ha de ser efectivo y relevante.

Por lo que se refiere a la nulidad, tenemos los motivos de nulidad absoluta que se refieren al hecho de que la marca se hubiese solicitado de mala fe (por ejemplo, cuando el titular hubiese solicitado la marca en fraude de los derechos de un tercero); en relación con los motivos de nulidad relativa tenemos las causas de denegación relativa.

En cuanto a la legitimación activa esta es amplísima ya que está legitimada cualquier persona física o jurídica, como asociaciones de empresarios de consumidores, etc.

## 1.10. RECOMENDACIONES

En cuanto al registro de la marca, hay que tener en cuenta que si nuestra pretensión es que nuestra marca coincida con nuestra denominación social, que es el nombre que identifica a una persona jurídica (como una sociedad limitada, por ejemplo) en el tráfico mercantil como sujeto de relaciones jurídicas y susceptible de adquirir derechos y obligaciones, podemos registrar la marca en primer lugar ya que posteriormente se nos va a reservar el derecho a utilizarla como denominación social, lo que impide que otras personas la registren tanto como marca como denominación social.

En este punto es importante que los órganos registrales competentes para el otorgamiento de denominaciones sociales no admitirán aquellas que puedan originar confusión con una marca o nombre comercial, salvo que el titular de estos lo permita.

## 2) NOMBRE COMERCIAL

### 2.1. CONCEPTO

El nombre comercial se regula en el art. 87.1 de la Ley de Marcas y se entiende como cualquier 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.

De este modo se considera como un signo distintivo, que no necesariamente tiene que coincidir con el nombre civil.

Pueden constituir nombres sociales los siguientes elementos:

- Los nombres patronímicos, las razones sociales y las denominaciones de las personas jurídicas.
- Las denominaciones de fantasía.
- Las denominaciones alusivas al objeto de la actividad empresarial.
- Los anagramas y logotipos.
- Las imágenes, figuras o dibujos.
- Cualquier combinación de los signos mencionados.

Dos ejemplos de nombres comerciales serían “Apple” y “Movistar”, siendo el nombre de registro de este último “Telefónica Móviles de España S.A”.

## 2.2. PROHIBICIONES ABSOLUTAS Y RELATIVAS DE LOS NOMBRES COMERCIALES

Las prohibiciones absolutas y relativas del registro del nombre comercial son del mismo modo las prohibiciones con respecto a la inscripción de la marca, recogidas en este documento en los **apartados 1.3 y 1.4 de Marca**.

## 2.3. ADQUISICIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL

Podrán solicitar el registro de las **personas físicas o jurídicas**.

Pueden actuar bien directamente, bien mediante **Agente de la Propiedad Industrial** o **representante** debidamente autorizado

### ☒ De manera presencial

- **Oficina Española de Patentes y Marcas** (OEPM).
- **Centros Regionales** de Información en Propiedad Industrial de las distintas Comunidades Autónomas.

- **Oficinas de Correos**. En sobre abierto, por correo certificado y con acuse de recibo

El formulario para presentar una solicitud de un nombre comercial puede descargarse a través de internet:

[https://sede.oepm.gob.es/eSede/comun/Formularios\\_web/nl\\_mod4301\\_06.pdf](https://sede.oepm.gob.es/eSede/comun/Formularios_web/nl_mod4301_06.pdf)

### ☒ De manera presencial

[https://sede.oepm.gob.es/ProtegeOWeb/inicio?tipoTramite=Marcas\\_NLM](https://sede.oepm.gob.es/ProtegeOWeb/inicio?tipoTramite=Marcas_NLM)

Esta última modalidad presenta como ventaja:

- Reducción de la tasa de solicitud del 15%.

## PRESENTACIÓN

A la solicitud presentada se le asignará 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 un nombre comercial.
- Identificación y firma del solicitante.
- Una representación del nombre comercial.
- Las actividades a las que se aplicará.

## EXAMEN DE FORMA

Recibida la solicitud, el órgano competente examinará si la misma contiene los datos mínimos para obtener una fecha de presentación, así como los formularios y la legitimidad del solicitante para ser titular de la nombre comercial.

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.

## 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.

## EXAMEN DE LICITUD

En esta fase la OEPM controla 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.

## PUBLICACIÓN DE LA SOLICITUD

Si el examen de licitud es superado, la solicitud se publicará en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial para que en el plazo de dos meses, toda persona que se considere perjudicada pueda presentar escrito de oposición a la concesión del nombre comercial solicitado.

## EXAMEN DE FONDO

Transcurrido el plazo de presentación de oposiciones se examina la solicitud para comprobar si incide en alguna de las prohibiciones absolutas o relativas mencionadas anteriormente.

En el caso de que se hubiera presentado alguna oposición o el nombre comercial solicitado incurriera en alguna de las citadas prohibiciones, se suspende la tramitación, notificando 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.

## CONCESIÓN / DENEGACIÓN

Si el nombre comercial solicitado no incurre en prohibición alguna y si contra la misma no se han presentado oposiciones, la OEPM procede a la concesión del nombre comercial. 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 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.

## DURACIÓN DEL TRÁMITE

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

\* En la práctica tardan en resolverse entre 6 y 12 meses.



## 2.4. TASAS CORRESPONDIENTES (FUENTE: OEPM)

SIGNOS DISTINTIVOS.		TRÁMITE O PAGO NO ELECTRÓNICOS		TRÁMITE Y PAGO ELECTRÓNICOS	
		Clave	Importe	Clave	Importe
SOLICITUD DE MARCA O NOMBRE COMERCIAL	1ª Clase	MT01	148,96 €	ME01 (*)	126,61 €
	2ª Clase y cada sucesiva		96,51 €		82,02 €
Clase no pagada con la solicitud de marca o nombre comercial.		MT17	96,51 €	ME17 (*)	82,02 €
SOLICITUD DE MARCA COLECTIVA O DE GARANTÍA	1ª Clase	MT02	297,89 €	ME02 (*)	253,21 €
	2ª Clase y cada sucesiva		192,98 €		164,03 €
Clase no pagada con la solicitud de marca colectiva o de gar.		MT18	192,98 €	ME18 (*)	164,03 €
SOLICITUD DE REGISTRO INTERNACIONAL. Sólo comprende la tasa nacional, con independencia de las que hayan de abonarse a la Oficina Internacional.		MT03	44,42 €	ME06	37,75 €
DIVISIÓN SOLICITUD. Por cada solicitud divisional resultante.		MT05	56,62 €	ME03	48,13 €
SOLICITUD DE RESOLUCIÓN URGENTE		MT07	54,80 €	ME08	46,58 €
PRIORIDAD UNIONISTA O EXPOSICIÓN. Por cada prior. reivindicada		MT08	20,45 €	ME09	17,38 €
INSCRIPCIÓN O CANCELACION DE CESIONES, LICENCIAS, DERECHOS REALES, OPCIONES COMPRA. Por registro afectado.		MT15	34,77 €	ME10	29,56 €
		MX15	7.256,60 €	XM10	6.168,11 €
PAGO MÁXIMO.		MT20	17,58 €	ME11	14,96 €
CERTIFICACIONES					

## 2.5. ALCANCE Y DURACIÓN DE LA PROTECCIÓN

El nombre comercial 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 del nombre comercial se extiende a todo el territorio nacional.

## 2.6. RECOMENDACIONES

Sobre el procedimiento de solicitud resulta muy recomendable realizarlo. Además de ser más ágil nos beneficiaremos de un descuento del 15% en las tasas.

En cuanto al nombre comercial en sí es conveniente que sea claro y que no despiste, es decir, que se centre en el objeto de la actividad que se realiza.

Suelen funcionar mejor los nombres comerciales cortos ya que son más fáciles de recordar por la gente.

### 3) NOMBRE DE DOMINIO

#### 3.1. CONCEPTO

El nombre de dominio es el identificador único que la empresa posee, ya que no pueden existir dos dominios idénticos. Los clientes usarán este nombre de dominio para acceder a la página web o a los servicios que la empresa ofrezca en Internet.

Un ejemplo de esto sería el nombre de dominio de ZARA: [www.zara.com](http://www.zara.com)

#### 3.2. TIPOS DE NOMBRES DE DOMINIO

- **Dominio de primer nivel:** También conocido como Top Level Domain: recoge los dominios más comunes; como, por ejemplo, **.com**, que se utiliza generalmente para empresas o **.org**, para organizaciones. Este tipo de dominios es mucho más flexible y puede ser de tipo genérico o geográfico.

##### ▣ Tipo Genérico

<b>.com</b>	<b>.net</b>	<b>.org</b>
<b>.edu</b>	<b>.gob</b>	<b>.agency</b>
<b>.club</b>	<b>.photos</b>	<b>.company</b>
<b>.education</b>	<b>.gallery</b>	<b>.technology</b>

##### ▣ Tipo Orgánico

<b>.ar (Argentina)</b>	<b>.de (Alemania)</b>	<b>.it (Italia)</b>
<b>.br (Brasil)</b>	<b>.es (España)</b>	<b>.ru (Russia)</b>
<b>.ca (Canadá)</b>	<b>.fr (Francia)</b>	<b>.pl (Polonia)</b>
<b>.co (Colombia)</b>	<b>.tr (Turquía)</b>	<b>.uk (Ucrania)</b>

- **Dominio de segundo nivel:** Se encuentra directamente a la izquierda del nombre de dominio de primer nivel y actúa como identificador. Por ejemplo, en la dirección URL [www.zara.com](http://www.zara.com) "zara" sería el dominio de segundo nivel y ".com" sería el dominio de primer nivel.
- **Dominio de tercer nivel:** Este tipo mezcla un dominio genérico con un dominio específico del país, siendo un ejemplo de esto "gob.es"

#### 3.3. ADQUISICIÓN DE NOMBRE DE DOMINIO

Los nombres de dominio pueden solicitarse a través de los **Agentes Registradores** acreditados. Para ello se debe acceder a la página web del Agente Registrador elegido y solicitar el nombre de dominio facilitando los datos necesarios para su registro.

Los **datos necesarios** para el registro son los siguientes:

- Nombre del dominio elegido (utilizar el buscador para comprobar que está libre).
- Los datos personales:
  - Nombre y Apellidos
  - Domicilio
  - NIF
  - Teléfono
  - Email Datos de la Empresa: Nombre / Domicilio / CIF

#### 3.4. PROCEDIMIENTO DE COMPRA DE NOMBRE DE DOMINIO

El procedimiento de adquisición del nombre de dominio comienza con la verificación de la disponibilidad de dicho nombre, dado que no existe la posibilidad de que haya dos dominios iguales.

Una vez realizado este paso, se deberán ingresar los datos personales que se han comentado anteriormente (nombre, domicilio, NIF, etc.)

Posteriormente, se realizará la selección del plazo de tiempo que el dominio permanecerá registrado

Aparte de los datos anteriores, será necesario el pago de un precio al Agente Registrador elegido para la adquisición del dominio. Dicho precio dependerá del dominio elegido, por ejemplo, los de los precios más elevados son .com y .es dada su elevada demanda.

Por último, una vez pagado el precio se debe verificar la propiedad del dominio.

Para evitar problemas legales relativos a infracciones de marca, se recomienda no registrar dominios similares a marcas populares.

### 3.5. TABLA DE PRECIOS DE NOMBRES DE DOMINIO

Estos son algunos ejemplos de precios de nombre de dominio, sin embargo, existen muchas más alternativas

Extensión de dominio	Cuota de inscripción (12 meses)	Cuota de renovación (12 meses)
.com	\$8.99	\$10.99
.xyz	\$0.99	\$11.99
.online	\$0.99	\$25.99
.store	\$0.99	\$40.99
.tech	\$0.99	\$35.99
.website	\$0.99	\$19.99
.space	\$0.99	\$19.99
.uno	\$0.99	\$17.00
.site	\$0.99	\$20.99

### 3.6. TRANSFERENCIA DE DOMINIO

Los dominios web también se pueden transferir entre registradores siempre y cuando se reúnan unas determinadas condiciones. Tales condiciones son las que siguen:

- Debe haber transcurrido, como mínimo, 60 días desde el último registro o transferencia.

- El dominio no puede estar en estado de “Redención” o “Pendiente de eliminación”.
- Se debe estar en posesión del código de autorización de tu dominio (también conocido como código EPP).
- Los datos y detalles de propiedad del dominio deben ser ciertos y válidos.
- Los servicios de protección de privacidad deben estar deshabilitados

Este proceso suele tardar entre 4 y 7 días en completarse

### 3.7. RECOMENDACIONES

En cuanto a la selección del nombre de dominio se refiere, se recomienda el uso de dominios .com a pesar de tener un precio más elevado, ya que es el dominio utilizado por la mayoría de los sitios web y, por tanto, más fácil de recordar para los usuarios.

Utilizar nombres simples, evitando números o signos, y que sean pegadizos o fáciles de recordar son otras recomendaciones que permitirán que la inversión realizada en el registro del nombre de dominio se amortice a mayor velocidad.

Por último, el estudio del mercado y una profunda investigación previa a la selección del nombre es fundamental para poder escoger la denominación adecuada.