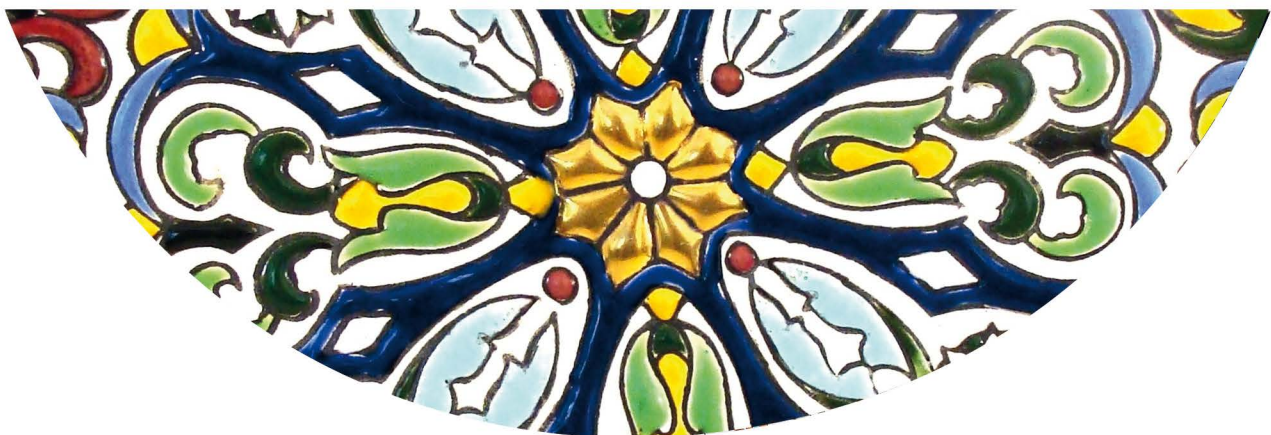


CÓMO PROTEGER LA **ARTESANÍA**

PATENTES, MARCAS Y DISEÑOS INDUSTRIALES





CONTENIDO

I. Presentación	3
II. Introducción	5
1. La artesanía en España	6
2. ¿Por qué proteger la artesanía?	8
III. Mecanismos de protección para la artesanía	11
1. Marcas	12
2. Diseños Industriales	16
3. Patentes y Modelos de Utilidad	24
IV. Casos reales	27
1. Marcas registradas	28
2. Diseños Industriales	34
3. Patentes y Modelos de Utilidad	38
4. Protección Múltiple: Marca y Modelo de Utilidad	40
V. Enlaces de interés	45



I. PRESENTACIÓN

En los últimos años el sector de la artesanía ha venido realizando un gran esfuerzo innovador encaminado a adaptarse a las demandas de un mercado cada vez más exigente. Consecuentemente, la búsqueda de la originalidad en los diseños y la calidad de sus productos, realizados según procedimientos que combinan tradición y modernidad, son algunos de los valores que caracterizan actualmente a la artesanía.

Sin embargo, con frecuencia los productos artesanales están expuestos a imitaciones baratas y copias de baja calidad que afectan a las ventas y perjudican la reputación de los productos originales, con las consiguientes pérdidas para el sector. El sector artesano, compuesto en su mayoría por emprendedores y empresas de menos de 10 trabajadores, no siempre es consciente de los medios legales de que dispone para luchar contra estas prácticas, ni de la importancia de la Propiedad Industrial como instrumento esencial para su diferenciación en el mercado, así como para garantizar la exclusividad de sus productos.

En este contexto la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Cátedra FUNDESARTE, de la Fundación EOI (Escuela de Organización Industrial), entidades adscritas al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, han colaborado en la realización de este folleto divulgativo. Su finalidad es concienciar a artesanos y empresas del sector de la artesanía de la importancia de proteger sus creaciones y que cada vez sea mayor la utilización de la Propiedad Industrial como parte de su estrategia empresarial, lo que redundará en su mayor competitividad, importancia económica y prestigio.

En este folleto divulgativo se describen los diferentes mecanismos que ofrece la Propiedad Industrial para la protección de la artesanía: Marcas, Diseños, Patentes y Modelos de Utilidad. Para cada uno de ellos se explica qué aspecto de la innovación protege, sus ventajas y su procedimiento de tramitación en la OEPM. Finalmente se presentan una serie de casos de éxito en el uso de la Propiedad Industrial que sin duda resultarán muy ilustrativos para las empresas y emprendedores del sector de la artesanía.



II. INTRODUCCIÓN





1. LA ARTESANÍA EN ESPAÑA

En España se produce artesanía de excepcional calidad, que responde cada vez más a las demandas de una sociedad cansada de la estandarización y que empieza a buscar productos innovadores y exclusivos. La situación de consumo estancado en el país ha impulsado a las empresas artesanas hacia la búsqueda de nuevos mercados y hacia la diferenciación, así como a una apuesta decidida por la calidad y la puesta en valor de lo único.

La artesanía en España es un sector productivo formado por más de 38.000 empresas, que da trabajo a 125.000 personas y cuyo PIB asciende a unos 4.042 millones de euros. En la actualidad se encuentra ante varios retos debido a su singularidad y particularidad, y a su vez tiene grandes posibilidades de crecimiento a través del desarrollo de la competitividad e innovación de las empresas artesanas, cuyos pilares fundamentales son el diseño y una adecuada gestión empresarial.

Es cierto que la pequeña empresa artesana no puede competir en productividad y precio con productos realizados en serie en países con costes laborales inferiores a los españoles y que pueden sustituir las funciones básicas que antes nos proporcionaban los productos artesanos. Pero también lo es que, a través de nuevas vías de comercialización, el artesano ha podido encontrar nuevos clientes en cualquier parte del mundo.

Aunque el número de empresas y puestos de trabajo haya descendido, la competitividad del sector artesano español se ha incrementado en los últimos cuatro años. Hay que atribuir este crecimiento a su apuesta por la innovación, la incorporación de las TIC, la cooperación intra e intersectorial y una mayor orientación de sus procesos hacia la comercialización. Ésta es una de las principales conclusiones del estudio "Situación de la artesanía en España. Informe de competitividad y principales variables económicas"¹, primer análisis elaborado en España desde el año 2010 sobre un sector que representa en torno al 2,4% del PIB industrial y un 0,4% del PIB total.

Estos avances se han visto acompañados de una cierta renovación motivada por la entrada de nuevos perfiles profesionales, que previsiblemente dinamizarán de forma importante la actividad artesana en los próximos años. Todo ello sitúa a la artesanía nacional en una sólida posición para afrontar un nuevo período marcado por una mejor situación económica y por las nuevas tendencias emergentes en el consumo.

¹Informe del Ministerio de Industria, Energía y Turismo elaborado a través de la Escuela de Organización Industrial (EOI) y su área de promoción de la artesanía, Fundesarte, realizado por Abay Analistas.





2. ¿POR QUÉ PROTEGER LA ARTESANÍA?

El cliente final no conoce ni ve el proceso de fabricación, se encuentra ante un producto final terminado. Pero si prestamos un poco de atención a nuestro entorno, nos daremos cuenta de que estamos rodeados de objetos y estructuras realizadas artesanalmente.

¿Quién no tiene en su casa alguna prenda u objeto al que le une algo especial, ya sea porque es antiguo, un regalo personal o un utensilio de uso cotidiano y quizá imprescindible? Lo más probable es que sea artesano, o al menos una parte de su producción la hayan realizado las manos de un experto en la transformación de la materia.

El consumidor podrá verle cierta utilidad y muy probablemente le llame la atención por su belleza o por su diseño. Pero sabemos que la producción artesanal viene ligada a muchos valores positivos de los que tal vez el público no sea tan consciente. De ahí la necesidad de transmitirlos y comunicarlos. Porque precisamente son esos valores los que influirán definitivamente en la decisión de compra.

Estamos hablando de valores como identidad, originalidad, cultura, destreza y calidad. La combinación de tradición y modernidad. El saber hacer, la cultura de los oficios y una metodología experta. Además de diferenciación y exclusividad, ya que en muchos casos estaremos ante una pieza única. Las claves de una producción artesanal son la materia prima y la técnica empleada, por lo que se trata generalmente de un proceso sostenible de baja huella ecológica, unido a un territorio y una cultura, que tiene su origen en la tradición y cuyo futuro es la innovación.

Todo eso es necesario transmitirlo y comunicarlo, pero a su vez también hay que protegerlo. En cuanto a la calidad, todos los sistemas de certificación que se aplican al producto industrial (certificados, etiquetas, marcas, comercio justo, registros, sellos, derechos de propiedad intelectual, derechos colectivos, etc.) son trasladables igualmente al producto artesanal. Claro que algunos de ellos son más fáciles de implementar que otros, teniendo en cuenta el coste y la rentabilidad.

Existen diferentes herramientas que pueden contribuir al éxito en esa transmisión del valor añadido de la artesanía. A menudo por desconocimiento, por miedo a enfrentarnos a procesos largos y costosos, no hemos valorado las opciones existentes, no hemos actuado y nos hemos visto afectados por una competencia desleal. Pero como hemos visto, si queremos seguir siendo competitivos, hay que actuar. Y hay muchas maneras de actuar.

Se puede certificar la calidad de la propia empresa artesanal a través de normas ISO y EFQM (de excelencia y calidad en la gestión empresarial). Estos pueden ser procesos más técnicos y farragosos, pero no imposibles.

Pero también es posible trabajar en la imagen de la empresa y el producto de una manera decidida y menos técnica. Plantearse quién es nuestro público objetivo es algo tan básico que a veces lo pasamos por alto. Hay que averiguar si nuestro producto está adecuado al mercado actual, empezando por dónde lo tenemos ubicado. El espacio de venta es fundamental. No es lo mismo una feria de calle que una profesional; una tienda de recuerdos que una de productos exclusivos o una galería. Cada entorno comunica un valor diferente. Asimismo, la presentación del producto, el etiquetado y el envoltorio también son aspectos fundamentales que le dan valor, y en los que podemos incidir fácilmente.

La Marca es clave. Todos tenemos Marcas preferidas, enseññas de confianza que usamos y adquirimos a diario. Muchas llevan vinculados valores que son los que nos hacen decantarnos por ellas. Si pensamos, por ejemplo, en Marcas de comestibles, podemos asociarlas con sabor, calidad o garantía. Lo mismo puede pasar con una marca de una empresa artesana: que sea reconocida por su calidad, diseño, tradición, servicio posventa, durabilidad, etc. Registrar una Marca de empresa no es algo descabellado ni caro, como se verá en los siguientes capítulos, y puede servirnos para ser reconocidos y protegernos de empresas competidoras. Empresas que se quieren aprovechar de nuestro nombre y reputación para posicionarse en el mercado.

La apariencia de un producto es lo que permitirá diferenciarlo de otro y reconocerlo. Actualmente, por mediocridad y falta de criterio propio, hay empresas que copian las creaciones exitosas de otras para sacar partido. En ese caso, si somos los autores de ese diseño, nos podemos proteger registrándolo. Es una manera de impedir que otros produzcan, importen, vendan o distribuyan productos que tienen un aspecto idéntico o que no difieren sustancialmente del nuestro.

Si el proceso de producción supone una invención e innovación técnica, puede protegerse también mediante Patente o Modelo de Utilidad. De esta manera, el titular puede impedir temporalmente a otras empresas la producción.

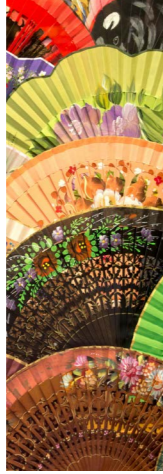
Otras maneras de defender nuestras creaciones que están al alcance de nuestra mano son, por ejemplo, realizar producciones pequeñas, numeradas y firmadas; así se reconocerá nuestro producto. También usando materiales y técnicas locales difícilmente replicables. Aliarse con las nuevas tecnologías y marcar las piezas con algún código de lectura QR es otra opción.

Teniendo en cuenta la competencia existente en un mercado tan global como el actual y las vicisitudes económicas a las que nos hemos tenido que enfrentar en los últimos tiempos, se hace evidente que toda medida de diferenciación y protección va a jugar a nuestro favor, y más aún en un sector tan particular como lo es el artesano. Maneras para hacerlo hay muchas, como hemos visto. La decisión ahora es tuya.



III. MECANISMOS DE PROTECCIÓN PARA LA ARTESANÍA

La artesanía posee tres elementos diferenciados susceptibles de ser protegidos de forma distinta a través de títulos de Propiedad Industrial o Intelectual: la reputación, derivada del estilo, origen o calidad, se puede proteger por medio de las Marcas, Indicaciones Geográficas/ Denominaciones de Origen o por la legislación sobre Competencia Desleal; la apariencia externa (forma y diseño), mediante Derechos de Autor o Diseños Industriales; y el saber hacer, esto es, la pericia y los conocimientos utilizados para crear y fabricar los productos de artesanía, mediante Patentes, Modelos de Utilidad o manteniéndolo como secreto industrial.



1. MARCAS

Al sacar un producto artesanal al mercado resulta imprescindible establecer relaciones de confianza entre la empresa productora y los consumidores. En esas relaciones juega un papel fundamental el nombre de la empresa y el de los productos o servicios que se quiera comercializar. Para proteger esa identidad frente a la competencia, y que los consumidores tengan claro el origen del producto, se dispone de las Marcas y Nombres Comerciales.

Las Marcas y los Nombres Comerciales se denominan también “Signos Distintivos”. Son derechos de Propiedad Industrial que se conceden para un territorio determinado y permiten a aquel que lo solicite distinguir en el mercado sus productos o servicios, otorgándole el derecho exclusivo sobre los mismos. Gracias a esa exclusividad el artesano se puede labrar una imagen sobre su empresa y aumentar su valor en el mercado, evitando imitaciones baratas y de baja calidad que afecten a su reputación.

¿Para qué sirven?

- Para individualizar productos y servicios
- Para indicar a los consumidores el origen empresarial de los productos y servicios
- Para informar sobre la calidad constante de los productos y servicios identificados con la misma Marca
- Para realizar y reforzar la función publicitaria

¿Dónde se solicitan?

Dado su carácter territorial, Marcas y Nombres Comerciales se registran allí donde se quiera tener protección. La protección de una Marca o Nombre Comercial en territorio español puede hacerse:

- presencialmente ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) o ante los Centros Regionales de Información de Propiedad Industrial de las Comunidades Autónomas,
- a través de internet, utilizando la Sede Electrónica accesible en la página web de la OEPM (www.oepm.es). El pago puede realizarse con tarjeta de débito/crédito.

Si desea obtener protección en todos los países de la Unión Europea, entonces debe solicitar una Marca de la Unión Europea, a través de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) sita en Alicante, o puede solicitar entrar en el Sistema Internacional de Registro de Marcas (Sistema de Madrid, gestionado por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI)), registro que le permitirá centralizar la gestión de la Marca hasta en 97 países partiendo de una Marca Nacional o de la Unión Europea previa.

Recomendación:

Antes de solicitar una Marca conviene realizar una búsqueda para asegurarse de que no existe una Marca previa igual o muy parecida. Para ello la OEPM dispone de bases de datos gratuitas como el Localizador de Marcas accesible en su página web www.oepm.es

¿Cuánto cuesta y cuánto dura la protección que dan las Marcas y los Nombres Comerciales?

El coste en 2016, en tasas a satisfacer a la OEPM por la inscripción de una Marca o Nombre Comercial, es de unos 145€ por la primera clase y cerca de 94€ por la segunda y siguientes.

Por clases se entienden las que incluye el Sistema de Clasificación Internacional de Marcas (Clasificación de Niza), que permite clasificar las Marcas conforme a los tipos de productos o servicios a los que se aplica.

Su duración inicial es de diez años a partir de la fecha de la solicitud y puede ser mantenida indefinidamente aunque, para ello, es preciso el pago de tasas de renovación cada diez años. Si solicita la marca electrónicamente las tasas se ven reducidas en un 15%.

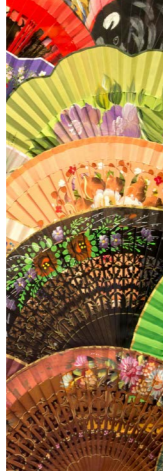


¿Qué diferencia hay entre Marca y Nombre Comercial?

Las Marcas sirven para distinguir productos o servicios en el mercado de otros parecidos.

El Nombre Comercial identifica a las empresas en su tráfico mercantil y las diferencias del resto de empresas del mismo o diferente sector.

La Marca es el Signo Distintivo por excelencia y puede protegerse internacionalmente por procedimientos establecidos como el de la Marca Internacional o el de la Marca de la Unión Europea. En cambio esto no es posible en el Nombre Comercial que sólo podría protegerse país por país y de acuerdo con las normas nacionales de cada Estado.



¿Qué clases de Marcas hay?

Marca Individual:

Individualiza productos y/o servicios.

CABUXA®

Marca registrada nº: M 2848012. Titular: Particular.
Clases Niza 18 y 35: Cuero e imitaciones de cuero y venta al por mayor y menor.

Marca Colectiva:

Sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación de fabricantes, comerciantes o artesanos. El titular de esta Marca es dicha asociación.



Marca registrada nº: M 3511907.
Titular: Asociación de Productores de Miguelitos de La Roda. Clase Niza 30: Marca concedida a la Asociación de Productores de Miguelitos de La Roda y limitada a pasteles procedentes de La Roda. Sirve, por tanto, para distinguir pasteles procedentes de esa región.

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.



Marca registrada nº: M 2831469. Titular: Comunidad Autónoma de La Región de Murcia. Clases Niza: 14, 16, 18, 21, 25-28.

Marca concedida a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y limitada a productos artesanos de la Región de Murcia.

Tipos de marcas

Denominativas:

Ejemplo: Quesos Artesanales La Antigua

Marca registrada nº: M 2887808. Titular: Particular. Clase de niza 29: Quesos artesanales.

Gráficas o figurativas:

Un dibujo. Ejemplo:



Marca registrada MC 4242202. Titular: Fábrica de Cerámica de Sargadelos, S.L.
Clases de Niza 21: artículos de cristalería, porcelana y loza.

Mixtas:

La combinación de las dos anteriores. Ejemplo:



Marca registrada nº: M 3500118. Titular: particular.
Clases de niza: 14: metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.

Tridimensionales:

Como los envases. Ejemplo:



Marca registrada nº: M 1032179. Titular: Gonzalez Byass, S.A.
Clases de Niza: 33: Vinos de Jerez.

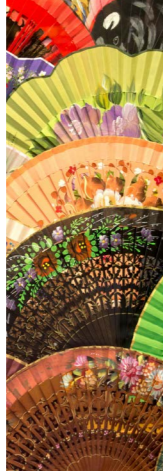
Sonoras:

Siempre que sean susceptibles de representación gráfica.

Procedimiento de concesión

El procedimiento de concesión ante la OEPM es un trámite muy sencillo que se inicia con la presentación de una solicitud de Marca o Nombre Comercial, ya sea presencial o en línea, que será analizada para evaluar posibles defectos de forma y prohibiciones absolutas. Posteriormente se publica para que posibles terceros afectados puedan oponerse, y finalmente la OEPM teniendo en cuenta las oposiciones recibidas, concede o deniega la Marca.

Una vez concedida la Marca o Nombre Comercial tendrá validez en todo el territorio español por un período de 10 años, renovables de 10 en 10 previo pago de la tasa correspondiente.



2. DISEÑOS INDUSTRIALES

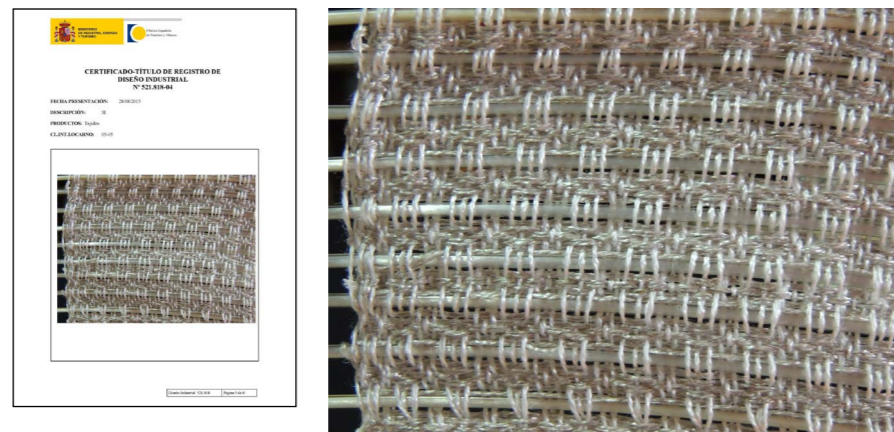
Un Diseño Industrial protege la apariencia u ornamentación de un producto o de una parte de él, que hace que visualmente sea diferente a otro sin tener en cuenta ninguna de sus características técnicas o funcionales. La definición de producto es muy amplia y engloba tanto productos industriales como artesanales. Como norma general, un Diseño Industrial puede consistir en objetos tridimensionales (p. ej. muebles, zapatos, etc.), elementos bidimensionales (ornamentaciones) o una combinación de los anteriores.

Los Diseños Industriales pueden estar incorporados en una amplia gama de productos artesanales como relojes, joyas, artículos domésticos, estructuras arquitectónicas, tejidos, tapices, calzado, artículos de ocio, juguetes, muebles, cerámica, alfarería y envases.

Ejemplo: Diseño Industrial nº: 84.199. "Fetiches". Titular: Fábrica de Sargadelos.



Ejemplo: Diseño Industrial nº: 521.818. Tejidos. Titular: Particular.



¿Qué derechos concede un Diseño Industrial?

Un artesano o artista visual que posee los derechos sobre un Diseño Industrial incorporado en un producto puede impedir que otros produzcan, importen, vendan o distribuyan productos que tienen un aspecto idéntico o que no difieren sustancialmente del aspecto protegido.

¿Por qué tienen importancia los Diseños Industriales para la artesanía?

La protección de los diseños en España ante la Oficina Española de Patentes y Marcas es en general relativamente fácil para los artesanos y pueden conseguir una protección rápida, barata y eficaz con muy pocos trámites.

Ventajas que puede reportar la protección mediante Diseños Industriales:

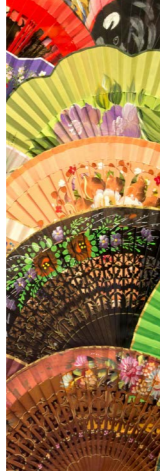
- 1. Son una señal de prestigio - o desprestigio.** Una silla bien diseñada no es importante sólo por su funcionalidad sino también por su apariencia externa y esta apariencia es muchas veces la imagen o firma externa de un artesano. Su protección permitirá evitar que nuestro prestigio se vea empañado por burdas copias.
- 2. Son herramientas competitivas.** Obtener una exclusiva de su uso significa tener ventaja frente a la competencia.
- 3. Los Diseños Industriales de éxito pueden proporcionar ingresos adicionales** porque se pueden conceder licencias para que los utilicen otras personas.
- 4. El registro introduce automáticamente nuestro diseño en bases de datos internacionales,** como Designview de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) o Global Design de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), aumentando el conocimiento mundial de nuestro producto y su protección asociada.

¿Dónde se solicitan?

Al igual que las Marcas y Nombres Comerciales los Diseños Industriales tienen carácter territorial y, por tanto, se registran allí donde se quiera tener protección. La protección de un Diseño Industrial en territorio español puede hacerse:

- presencialmente ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) o ante los Centros Regionales de Información de Propiedad Industrial de las Comunidades Autónomas,
- a través de internet, utilizando la Sede Electrónica accesible en la página web de la OEPM (www.oepm.es). El pago puede realizarse con tarjeta de débito/crédito.

Si desea obtener protección en todos los países de la Unión Europea debe solicitar un Diseño Comunitario a través de EUIPO sita en Alicante. También puede solicitar entrar en el Sistema Internacional de Registro de Diseños, gestionado por la OMPI, registro que le permitirá centralizar la gestión del diseño en más de 65 países.



¿Cuáles son los requisitos para obtener un Diseño Industrial registrado?

Para poder registrar un diseño en España son necesarios dos requisitos:

- **novedad.** Se considerará que un diseño es nuevo cuando ningún otro diseño idéntico haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad. Se considerarán idénticos los diseños cuyas características difieran sólo en detalles irrelevantes.
- **carácter singular.** Se considerará que un diseño posee carácter singular cuando la impresión general que produzca en el usuario informado difiera de la impresión general producida en dicho usuario por cualquier otro diseño que haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud.

¿Qué está prohibido registrar como Diseño Industrial?

No se podrán registrar los diseños:

- contrarios al orden público o a las buenas costumbres,
- que supongan un uso indebido de escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de organizaciones internacionales intergubernamentales,
- que supongan un uso indebido del escudo, la bandera y otros emblemas de España, sus Comunidades Autónomas, sus municipios, provincias u otras entidades locales, a menos que medie la debida autorización.

Tampoco pueden registrarse los diseños que incorporen una Marca u otro Signo Distintivo anteriormente protegido y vigente en España si no tiene la autorización previa del titular de la misma.

¿Qué debe presentarse para solicitar un Diseño Industrial en España?

Para registrar un Diseño Industrial en España hay que presentar la instancia de solicitud, junto con el justificante del pago de tasas, acompañada de una representación gráfica de cada diseño.

Una misma solicitud (expediente) puede comprender varios diseños, hasta un máximo de 50, siempre que se refieran a productos pertenecientes a la misma clase de la Clasificación Internacional de Dibujos y Modelos Industriales (Clasificación de Locarno).

Cuando se trata de ornamentaciones bidimensionales, se permite solicitar hasta 50 diseños que pueden ser de diferentes clases de la Clasificación Internacional dentro de una misma solicitud de registro. Esta solicitud múltiple deberá incluir una representación gráfica de cada uno de los diseños.

Podrán incluirse de 1 a 7 perspectivas o vistas de cada diseño que podrán agruparse en una misma reproducción cuyas medidas no excedan 26,2 x 17 cm.

¿Cuáles son las fases para la concesión de un Diseño en España?

La Normativa vigente aplicable a los Diseños Industriales en España es la Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial así como su Reglamento de ejecución.

Según esta normativa, las fases para la concesión de un diseño son:

ADMISIÓN A TRÁMITE.- A la solicitud de registro presentada se le otorga fecha de presentación y un número que identificará el expediente y no será nunca modificado.

EXAMEN DE FORMA/OFICIO.- Una vez recibida la solicitud, se examinará si cumple los requisitos de forma enunciados en los artículos 1 y 2 del Reglamento, si el número de diseños de las solicitudes múltiples no excede de 50, y si se ha aportado el justificante del pago de la tasa de solicitud (examen formal). También se examinará si el objeto de la solicitud constituye un diseño en sentido legal, si no es contrario al orden público o las buenas costumbres y si el solicitante está legitimado para ser titular de un diseño registrado en España (examen de oficio).

RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE CONCESIÓN.- Transcurridos los plazos previstos para contestar a la notificación de motivos de suspenso del procedimiento derivados del examen de forma/oficio, haya contestado o no el solicitante, la OEPM resolverá mediante resolución motivada, decidiendo sobre la concesión total o parcial del registro, procediendo a la publicación del Diseño.

PROCEDIMIENTO DE OPOSICION.- Una vez publicada la concesión del diseño en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (B.O.P.I), se abre un plazo de dos meses para la presentación de oposiciones. Podrá presentar oposiciones:

- a) cualquier persona, alegando que el diseño incumple alguno de los requisitos de protección establecidos en los artículos 5 al 11 de la Ley.
- b) cualquier persona que sea titular legítimo de signos o derechos anteriores de Propiedad Industrial o Propiedad Intelectual.

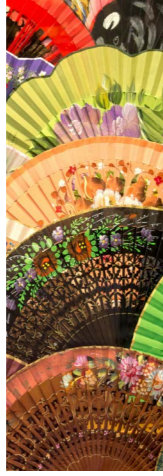
En el caso de que las oposiciones no sean admitidas, se volverá a dar al oponente nuevos plazos para subsanarlas.

Si las oposiciones son admitidas, se dará traslado de las mismas y de los documentos y pruebas presentados al titular del diseño registrado para que, en el plazo de dos meses, presente sus alegaciones y, cuando proceda, modifique la representación gráfica del diseño o suprima el elemento causante del reparo, siempre que tal modificación no altere sustancialmente el diseño tal como fue concedido.

Una vez recibida la contestación a las oposiciones, o transcurrido el plazo para hacerlo, la OEPM dictará resolución motivada, estimando en todo o en parte, o desestimando las oposiciones presentadas.

La estimación de una oposición conlleva la cancelación del/los diseño(s) registrado(s).

La resolución se comunicará al titular del diseño registrado y al oponente.



¿Puede haber protección dual por derechos de Diseño Industrial y por Derechos de Autor?

En España puede aplicarse simultáneamente la protección del Diseño Industrial y la protección de los Derechos de Autor, siempre que se cumplan los requisitos de cada tipo de protección.

La ventaja de registrar un producto como Diseño Industrial es que proporciona una protección más sólida. Esto significa que la infracción de un registro de Diseño Industrial puede existir aunque el diseñador del producto infractor no haya copiado nada o haya creado su diseño con total independencia.

Por el contrario, la protección de los Derechos de Autor protege sólo contra la copia real. El propietario de los Derechos de Autor debe poder demostrar que el infractor tuvo acceso a la obra protegida y que ha reproducido una parte importante de ella, lo que resulta complicado en muchos casos.

SUGERENCIA - Como norma general, los artesanos deberían:

1. Registrar un diseño en la OEPM, aunque su obra original esté protegida por Derechos de Autor.
2. Marcar el artículo con el símbolo de derechos de autor © y registrar y depositar el producto en el Registro de la Propiedad Intelectual.

¿Cuánto cuesta y cuánto dura la protección del Diseño Industrial?

El coste en 2016, en tasas³ a satisfacer a la OEPM por el registro de un diseño es de unos 75 euros y pueden incluirse hasta 10 variaciones del mismo en una solicitud sin coste extra. La protección se otorga por cinco años contados desde la fecha de presentación de la solicitud, y puede renovarse por uno o más períodos sucesivos de cinco años hasta un máximo de 25.

Si la solicitud se presenta por vía electrónica se obtiene un descuento del 15% en la tasa de depósito.

¿Durante cuánto tiempo y en dónde debe mantenerse el registro de un Diseño Industrial?

Mantener el registro de un Diseño Industrial no es caro. Vale la pena mantenerlo en vigor durante todo el tiempo en que el producto esté en el mercado y en todos los países donde esté comercializado. Es importante tener en cuenta que un Diseño Industrial en España sólo tiene vigencia en territorio nacional. Si un artesano quiere exportar sus productos debería buscar una protección más extensa a través del Diseño Comunitario o del Diseño Internacional.

¿Cuándo deben solicitar los artesanos el registro de un Diseño Industrial?

Hay que solicitar el registro de un Diseño Industrial cuando el diseño de un producto es definitivo y antes de que el producto se comercialice o el diseño llegue de algún modo a conocimiento del público.

En el caso de que desee solicitar la protección de su Diseño Industrial en otro país, debe tener en cuenta que dispone de 6 meses para hacerlo para que se mantenga la fecha de la primera solicitud.

¿Qué importancia tiene mantener confidencial el diseño antes del registro?

Es conveniente mantener confidencial el diseño hasta entregar la solicitud de registro, ya que en muchos países se exige que el diseño sea “nuevo” en el mundo para que pueda registrarse. Un diseño que ya se ha revelado al público (por ejemplo, anunciándolo en un catálogo, presentándolo en una exposición internacional o vendiendo productos que llevan el diseño) ya no es “nuevo” y muchos países podrían considerar que está excluido del registro, a no ser que la ley aplicable tenga la opción del derecho de un diseño no registrado o prevea un “plazo de gracia”.

Es aconsejable que los artesanos que desean mostrar sus diseños antes de su registro concierten acuerdos de confidencialidad o no revelación.

Sólo después de haber presentado la solicitud de registro de un diseño los artesanos y artistas visuales pueden utilizar el diseño en la publicidad del producto, exponerlo en ferias comerciales o exposiciones, o vender productos que lleven este diseño sin perder los derechos correspondientes.

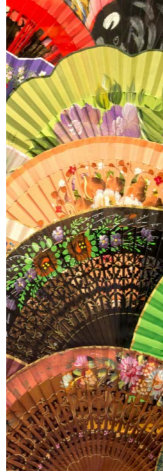
¿Qué es el período de gracia?

En España, la legislación permite un “plazo de gracia” para el registro de 12 meses desde el momento en que se hizo público. Esa divulgación no se considera a la hora de analizar la novedad. No obstante, se debe tener en cuenta que no todos los países aplican la misma regla por lo que debe de tratarse con cuidado.

¿Puede mostrarse un diseño en una exposición o feria antes de protegerlo?

En España se puede solicitar la prioridad por la exposición en una feria oficial u oficialmente reconocida, siempre que no hayan transcurrido más de 6 meses desde la celebración de dicha feria. De nuevo, no todos los países aplican regulaciones armonizadas en este terreno. Por lo tanto, es recomendable presentar la solicitud antes de exhibir los diseños en una exposición o feria, nacional o internacional.

³ Las tasas varían anualmente, los datos administrados son orientativos y puede actualizarlos directamente accediendo a www.oepm.es, en el apartado de tasas.



¿Se puede evitar que un Diseño Industrial se publique al registrarlo?

El solicitante puede pedir junto con la solicitud que sus Diseños Industriales no sean publicados hasta que no transcurra un plazo de, como máximo, 30 meses.

En el caso de una solicitud múltiple (varios diseños en una misma solicitud), el aplazamiento de la publicación podrá referirse a todos o a algunos de los diseños incluidos en ella y deberá indicarse claramente en la solicitud los diseños para los que se solicita. Una vez registrado el diseño, el titular podrá solicitar la publicación antes de que expire dicho período.

No será accesible al público la representación gráfica de un diseño para el que se hubiere solicitado aplazamiento de publicación ni otras informaciones que permitan determinar la apariencia de éste, mientras no se haya publicado el diseño registrado.

Esto puede ser útil por ejemplo en el sector de la moda, donde conviene no dar a conocer los artículos antes de que aparezcan en las tiendas.

¿Sirve de algo utilizar un aviso en el Diseño Industrial?

No hay obligación de hacerlo, pero es generalmente recomendable poner un aviso en el diseño para indicar que está registrado como tal. En algunos países un tribunal puede conceder una indemnización económica si se comprueba que alguien ha infringido un diseño marcado con un aviso en el diseño. Si no hay aviso es posible que el tribunal sólo prohíba al infractor seguir utilizando el diseño en el futuro, pero que no indemnice al propietario de los derechos del diseño por las pérdidas sufridas en el pasado.

El aviso adecuado es en general, el nombre del propietario del diseño del producto, su etiqueta o envase y el año de registro.

Es conveniente avisar claramente de la protección de los diseños en las páginas web en las que los comercializamos, indicando enlaces a las páginas de las bases de datos o al Boletín Oficial de la Propiedad Industrial en el que se publica la concesión de nuestro diseño.

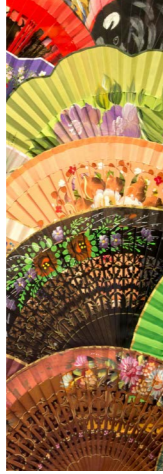
¿Cómo puede evitarse la infracción de los derechos de diseño de terceros?

- 1. Ponerse en la piel de la otra persona.** Los artesanos deberían estudiar los diseños de sus competidores. Si no se sienten cómodos con la posibilidad de apoderarse de las ideas del competidor y del mérito del producto resultante, esta incomodidad es una buena indicación de que una infracción es probable.
- 2. Ser creativo.** La única manera de que los artesanos y artistas visuales eviten realmente la infracción de un diseño es crear diseños originales propios sin “inspirarse” en los de la competencia.
- 3. Buscar en el registro de diseños.** Antes de llevar nuevos diseños al mercado, los artesanos deberían consultar el registro de diseños para asegurarse de que el diseño que pretenden utilizar, o uno semejante, no está ya registrado por otra persona. Existen bases de datos gratuitas con detalles de todos los diseños registrados, la mayoría accesibles para poder inspeccionarse.
- 4. Conseguir el permiso.** En caso de duda, es mejor pedir permiso para poder utilizar los diseños de otra persona.

¿Cómo pueden hacer cumplir sus derechos de diseños los artesanos?

Hacer cumplir los Derechos de Propiedad Industrial es un tema complejo, y generalmente es recomendable pedir la asistencia profesional de un abogado especialista.

La responsabilidad principal de identificar las copias, imitaciones o infracciones de un Diseño Industrial recae en su propietario. Dicho con otras palabras, **los artesanos son responsables de vigilar la utilización de sus diseños en el mercado, de descubrir la existencia de imitadores o falsificadores y de decidir si deben tomar medidas contra ellos y cómo y cuándo hacerlo.**



3. PATENTES Y MODELOS DE UTILIDAD

¿Qué son y para qué sirven las Patentes y los Modelos de Utilidad?

Si un producto artesanal, o el proceso para obtenerlo, contempla aspectos de tipo técnico y no puramente estéticos, hay que tener en cuenta que éstos pueden ser susceptibles de protección mediante Patente o Modelo de Utilidad.

Las Patentes y Modelos de Utilidad permiten la protección de las invenciones e innovaciones. Son títulos otorgados por el Estado que dan a su titular el derecho de impedir temporalmente a otros la fabricación, venta o utilización comercial de la invención protegida a cambio de la divulgación de la misma.

Ejemplo Patente: ES2215444 Punteiro afinable.
Titular: Obradoiro de gaitas Lis Latas.



Ejemplo Modelo de Utilidad: ES1137958-U Horno-barbacoa de barro refractario sin recubrimiento exterior.
Titular: Tinajas Moreno León, S.L.



¿Qué requisitos son necesarios para obtener una Patente o un Modelo de Utilidad?

Tanto las Patentes como los Modelos de Utilidad deben corresponder a invenciones que tengan novedad, actividad inventiva y aplicación industrial.

En el caso de los Modelos de Utilidad estos requisitos se aplican de manera menos estricta.

¿Cuánto duran?

La duración de la Patente es de veinte años y la del Modelo de Utilidad de diez a contar desde la fecha de presentación de la solicitud.

¿Cuánto cuestan?

Para una Patente el coste en tasas⁴ a satisfacer a la OEPM varía entre 780 y 1200 euros. En el caso de un Modelo de Utilidad, la solicitud supone alrededor de 100 euros.

Si la solicitud se presenta por vía electrónica se obtiene un descuento del 15% en la tasa de depósito.

¿Dónde se solicitan?

Dado su carácter territorial, Patentes y Modelos de Utilidad se registran allí donde se quiera tener protección. Para proteger en territorio español debe hacerse presencialmente ante la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) o ante los Centros Regionales de Propiedad Industrial. También puede solicitarse utilizando la Sede Electrónica.

También se puede solicitar una Patente Europea para la protección en hasta 38 países (incluidos los pertenecientes a la UE), a través de la Oficina Europea de Patentes (OEP) utilizando como lenguaje de procedimiento el inglés, francés o alemán.

⁴ Las tasas varían anualmente, los datos administrados son orientativos y puede actualizarlos directamente accediendo a www.oepm.es, en el apartado de tasas.



IV. CASOS REALES





1. MARCAS REGISTRADAS

Cabuxa

Fecha inicio actividad:

El taller comienza su actividad a mediados de los años 80 siendo su titular Ana María Alonso Pérez.

Dominio Internet:

www.cabuxa.com y www.cabuxa.es

Actividad:

Producción artesanal de artículos de cuero: bolsos, artículos de viaje, marroquinería en general. Colabora con ilustradores y artistas para la producción de las colecciones estampadas.

Qué se ha registrado y cuándo:

Marca mixta nº: 2848012. Clases Niza 18 y 35: Cuero e imitaciones de cuero y venta al por mayor y menor.

El registro de la Marca Cabuxa se realizó en dos fases diferentes, ambas en el año 2009.

CABUXA®

Motivación:

“Potenciar la visibilidad y reconocimiento de la marca y de los productos que la llevan y reservar su uso exclusivo para la empresa protegiendo así su imagen contra la posible utilización de la marca en productos de menor calidad.”

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:

“Se recurrió a un agente especializado en este tipo de gestiones. El proceso fue caro y largo la primera vez. Ya hemos renovado uno de los registros y en esta ocasión el coste ha sido menor.”

Valoración del impacto:

“Muy difícil de valorar con datos objetivos. Creemos que la marca es más fácilmente reconocible y que, de alguna manera, el haber pasado por el proceso del registro conlleva un mayor compromiso de empresa con la presentación del producto, el hacer que la marca sea visible en etiquetas, embalajes, etc.”



Kimu

Fecha inicio actividad:

1983

Dominio Internet:

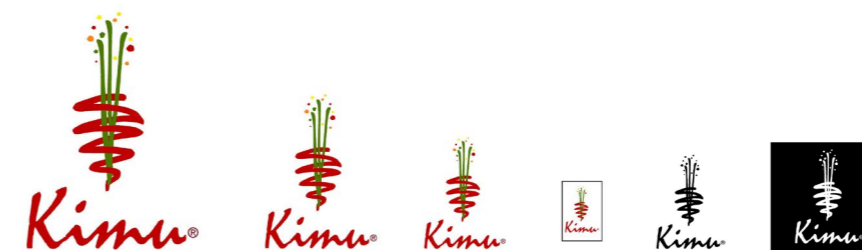
www.kimuceramica.com

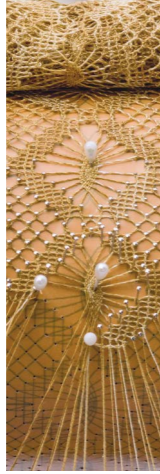
Actividad:

Taller de cerámica con una amplia oferta de productos en pequeño formato adaptados a bisutería, decoración y coleccionismo. Los motivos son reproducciones de diversos temas: arte celta y medieval, huellas de animales, zódiacos. Por encargo también objetos de merchandising y personalizados.

Qué se registró y cuándo:

Marca mixta nº 2640875. Clase Niza 14: Artículos de bisutería.





La Marca Kimu y la propiedad intelectual para la colección "Huellas de animales silvestres". La Marca se solicitó el 5 de marzo de 1998 y se concedió el 21 de septiembre de 1998. El registro de la propiedad intelectual de las huellas se solicitó el 24 de abril de 1998 y se concedió el 14 de octubre de 1998. Posteriormente en 2005 se hizo una nueva solicitud de la Marca simplificando el dibujo y añadiendo color al logotipo.

Motivación:

"En 1997 el taller sufrió el plagio de una de sus colecciones de símbolos lo que afectó las ventas y la confianza de los clientes. Se pensó en registrar los diseños, pero se consideró muy caro y poco eficaz por lo que se optó por crear y registrar la marca que desde entonces acompaña todas las piezas."

Valoración de la dificultad del proceso de registro:

"En 1998 -y no viviendo en Madrid- se optó por contratar los servicios de un Agente de la Propiedad Industrial. Consideramos que el proceso fue largo y muy costoso pero valoramos satisfactoriamente los resultados. La última renovación, en febrero del 2015, ha podido hacerse directamente por internet en el sitio web de la OEPM de forma relativamente fácil, rápida y mucho más económica."

Valoración del impacto:

"El registro del logotipo y contar con una marca ha supuesto una especie de compromiso que se valora muy positivamente. El público reconoce el logo que empleamos en todo lo que tiene relación con el taller. Observamos que llevar el logo en el vehículo obliga a cuidar más la conducción y educación vial para no dar mala imagen de empresa. No obstante, no recomendamos registrar la marca a la ligera, cuando lo hicimos llevábamos ya 15 años de funcionamiento."



Terra NAI

Fecha inicio actividad:

Junio de 2006

Dominio Internet:

www.terrana.com

Actividad:

Terra NAI es una empresa asturiana que se dedica a la decoración artesanal textil, tanto de tejidos para prendas de vestir como de prendas ya fabricadas. Además fabrica y decora su propia línea de camisetas y bolsos de piel.

Qué se ha registrado y cuándo:

Marca mixta nº 2553005. Clases Niza 18 y 25: Vestidos, calzado, sombrerería. Bolsos y bolsos reversibles de piel. La fecha de registro fue el 18 de mayo de 2004.



Motivación:

"El motivo fundamental para registrar la marca fue que los futuros clientes la identificaran con más facilidad y la localizaran en las redes sociales."

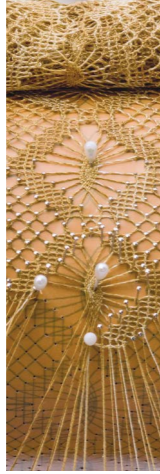
Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:

"El proceso de registro de la marca resultó largo, complicado y costoso ya que fue impugnado por una reconocida marca española. Fue necesario contratar un bufete de abogados expertos en patentes y marcas. La Oficina Española de Patentes y Marcas accedió al registro. El registro ya ha sido renovado una vez."

Valoración del impacto:

"El impacto del registro de la marca se ha visto reflejado fundamentalmente en el conocimiento por parte del público, así como en la identificación de los productos de la empresa entre la numerosa oferta existente."





Luesma & Vega

Fecha inicio actividad:

1991 como autónomo, en 2001 Luesma Vega SCP, en 2013 Luesma Vega SL

Dominio Internet:

www.luesmavega.com y www.luesmavega.eu

Actividad:

Diseño y producción de vajillas de vidrio para alta gastronomía.

Qué se ha registrado y cuándo:

Marca mixta nº 3590392. Clase Niza 21: Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario.



Motivación:

“Percibimos que nuestra marca ahora tiene un valor que debemos proteger. En el sector en el que trabajamos competimos con muchas industrias y consideramos que algunas han demostrado pocos escrúpulos para la copia de modelos o ideas. Nuestra marca aparece en todas las piezas.”

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:

“Hemos utilizado los servicios de nuestro gestor y lo hemos encontrado sumamente fácil. Le hemos facilitado los datos, el logo, el documento de representación y los gastos de registro. Cuanto toque renovaremos el registro.”

Valoración del impacto:

“No creemos que registrar la marca haya tenido ningún impacto a nivel de ventas.”



Luis Méndez Artesanos

Fecha inicio actividad:

1928

Dominio Internet:

www.luismendez.net

Actividad:

Fabricación de joyería con técnica de filigrana. Venta de artículos de joyería, arte y artesanía.

Qué se ha registrado y cuándo:

Marca mixta nº 2825079. Clase Niza, 35: Venta artículos joyería, bisutería y de artesanía.



Motivación:

“Creemos que es importante proteger de alguna manera la imagen y el nombre de la empresa porque es nuestra carta de presentación. Es la imagen a través de la que comercializamos nuestro trabajo.”

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:

“No son difíciles pero, como todos los trámites burocráticos tienen sus plazos y detalles a los que hay que estar muy atento. Iniciamos el trámite nosotros mismos en 2006, por algún motivo enviamos una documentación fuera de plazo y la solicitud quedó cancelada totalmente. Tuvimos que volver a empezar desde el principio y perder el dinero pagado por las tasas. A partir de esa experiencia, decidimos encargar el registro a una gestoría. ¡Más caro pero muy fácil! El registro debería renovarse en 2020 y tenemos decidido hacerlo.”

Valoración del impacto:

“No creemos que el hecho de registrar una marca incida directamente en el aumento de las ventas. Entendemos que quien lo hace es porque ha realizado un trabajo o planificación de cierto valor que le diferencia de su competencia y, por tanto, es conveniente que se proteja legalmente.”





2. DISEÑOS INDUSTRIALES

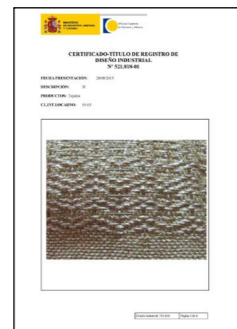
Rir & Co Diseño Textil

Fecha inicio actividad:
2011

Dominio Internet:
www.rirandco.com

Actividad:
Obrador 819 inscrito en la Marca Artesanía de Galicia. Dedicado a la tejeduría artesanal en telar de bajo lizo. Realiza pequeñas colecciones de complementos textiles como bolsos, bolsas, o bufandas para la venta al por menor en pequeño comercio. También realiza colaboraciones produciendo tejidos para otras empresas o profesionales que buscan tejidos diferenciados, exclusivos o de diseño innovador.

Qué se ha registrado y cuándo:
Diseño Industrial nº 521.818: Tejidos. Un tejido realizado en telar tradicional de bajo lizo empleando como materiales hilos de lino mezclados con hilos de fibra óptica de diferentes grosores. El registro se realizó en septiembre del año 2015. Se registraron seis muestras con distintas variaciones del tejido (el máximo son diez).



Motivación:
“El taller “Nuevos Materiales para la artesanía” organizado por la EOI en el Centro de Materiales Materfad de Barcelona, proporcionó los conocimientos necesarios para poder introducir materiales tecnológicos en un proceso de producción artesanal, así como el contacto con una empresa del sector de la fibra óptica con la que se ha desarrollado el textil registrado. El textil está pendiente de comercialización en este momento. Se registró el diseño para proteger la autoría del proceso y la investigación llevada a cabo en el taller de Inés Rodríguez.”

Valoración de la dificultad del proceso de registro:

“El proceso resulta más dificultoso que el desarrollo del propio tejido. Se contó con ayuda legal y el proceso duró tres meses. No obstante, existe la intención de renovar el registro cuando caduque.”

Valoración del impacto:

“Todavía es un poco pronto para valorar los resultados puesto que el producto todavía no está comercializado. Se espera que el registro aporte un valor añadido y que propicie nuevos desarrollos en colaboración con otros profesionales.”





Nuria Pié

Fecha inicio actividad:
1979

Dominio Internet:
www.nuriapie.com

Actividad:
Taller de cerámica contemporánea.

Qué se registró y cuándo:
Diseño Industrial nº D0517295: Altaphone, altavoz de cerámica para smartphones.



Motivación:
"Se registró como protección ante las copias."

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:
"El proceso de registro del diseño fue lento. Se inició en 2012, pero por un error hubo que reiniciarlo a mediados del 2013. Se realizó por internet con la ayuda de la OEPM. Se concedió en enero de 2014."

Valoración del impacto:
"Los clientes directos no me han comentado nada sobre esta cuestión, pero sí he advertido que en los puntos de venta si se valora el registro como un signo de que es un producto serio. Inspira más confianza."



Colección: PLANTAE 02



Colección: PLANTAE 05

Marga Robledo

Fecha inicio actividad:
Julio 2010

Dominio Internet:
<http://villamargarita.tumblr.com>

Actividad:
Diseño artesanal enfocado al complemento de moda utilizando cuero, cobre, esmalte al fuego y combinando técnicas tradicionales con nueva joyería. La empresa está radicada en Asturias.

Qué se ha registrado y cuándo:
Diseño Industrial nº D0513136. Diversas ilustraciones con funcionalidad de logotipo y aplicables a múltiples objetos y complementos de diseño artesanal. Concedido el 14 de octubre de 2011.

Motivación:
"Por protección porque aunque estimamos que en los últimos años ha mejorado algo la situación sigue habiendo poco respeto por la propiedad intelectual / industrial. Especialmente con los nuevos medios digitales (ordenadores, blogs, redes sociales...) y en un mercado emergente de manualidades y DIY. Todavía se siguen escuchando comentarios como "si está en internet es que es gratis", "aunque lo registres te lo pueden copiar si cambian algún detalle" o "qué buena idea, te la van a copiar"."

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:
"Es un proceso para el que recomendamos asesorarse previamente y tener paciencia. Es relativamente largo ya que se puede extender entre cuatro a seis meses y, en nuestra opinión, un poco confuso: nuestro primer intento se paralizó temporalmente debido a una casilla, una numeración y una firma que no estaban en el lugar adecuado. Actualmente se puede realizar telemáticamente mediante firma digital, aunque la documentación a completar es similar. Una vez realizado el registro es recomendable renovarlo -incluso duplicarlo- mediante la propiedad intelectual. Consideramos ambas opciones una buena opción de protección. El registro de la propiedad industrial de validez internacional tiene un coste económico mayor."

Valoración del impacto:
"En más de un par de ocasiones nos ha servido para hacer conocer a los creadores de copias/versiones del diseño que la idea original tenía propietario. En la mayoría de los casos, de forma amistosa (mostrando documentación, registro, etc.), aunque no siempre han tenido éxito. Hasta el momento no nos hemos visto obligados a la denuncia judicial, por ser pequeñas producciones temporales de copias de baja calidad."





3. PATENTES Y MODELOS DE UTILIDAD

Obradoiro de gaitas Lis Latas

Fecha inicio actividad:
1998

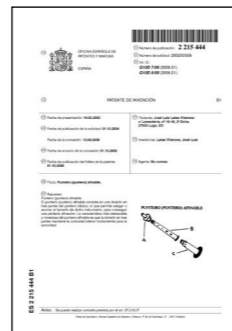
Dominio Internet:
www.lislatas.com

Actividad:
Construcción artesanal de gaitas.

Qué ha registrado y cuándo:

Patente ES2215444 Punteiro afinable. Se trata de un punteiro afinable para gaita gallega, asturiana, escocesa, o cualquier otra de construcción similar, que consta de varias partes independientes que se ensamblan para formar un sólo cuerpo: el punteiro afinable, cuyo tamaño puede ser regulado permitiendo una afinación mucho más rápida y flexible del instrumento.

La Patente se registró en 2004 y se renovó hasta el año 2014. A partir de ahí se considera excesivo el coste ya que el taller tiene varias Patentes.



Motivación:

“Proteger el invento y desarrollar su producción.”

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:

“No es fácil patentar correctamente algo, es importante el asesoramiento de un especialista en patentes.”

Valoración del impacto:

“El registro de la patente no supuso un beneficio en lo que se refiere a las ventas.”



Cerámica artística El Gato

Fecha inicio actividad:
1982

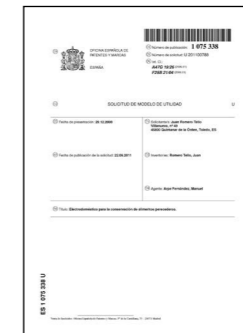
Dominio Internet:
www.ceramicaelgato.com

Actividad:

Productos característicos de la cerámica artística toledana: murales de azulejos, fuentes, mobiliario urbano, utensilios para la cocina, el baño, salones, escritorios, luminarias, entre otros.

Qué se ha registrado y cuándo:

Electrodoméstico para la conservación de alimentos perecederos. Número de Modelo de Utilidad: ES1075338. Fue registrado en diciembre del 2008. Se trata de una quesera eléctrica realizada íntegramente en cerámica con técnicas tradicionales: barro rojo torneado, esmaltado y decorado bajo la técnica mayólica. La quesera consta de una cámara hermética para que en su interior se creen las condiciones de humedad y temperatura óptimas para la conservación del alimento. Estas condiciones pueden variarse en función de las características de cada denominación de origen mediante unos botones de control. Funciona conectándola a la red eléctrica y añadiendo un vaso de agua en su interior cada 24 días.



Motivación:

“La idea surgió al ver que no había ningún producto en el mercado para conservar el queso a su temperatura óptima de consumo cuando sí los había para el vino. La funcionalidad era primordial y, puesto que el modelo respondía a los parámetros científicos establecidos, se registró.”

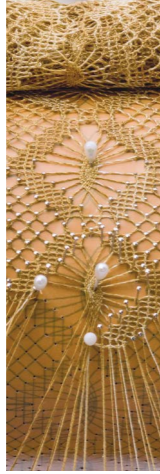
Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:

“El proceso es técnicamente sencillo, si bien los tecnicismos a la hora de alegar no son fáciles de entender. Los costes fueron muy reducidos al haberlo hecho personalmente. El tiempo fue el establecido desde el inicio del proceso del registro hasta su publicación y es largo. Recientemente se ha incorporado un nuevo registro de Modelo de Utilidad que mejora el producto.”

Valoración del impacto:

“Consideramos que un registro de este tipo abre muchas puertas y es una excelente carta de presentación porque infunde respeto.”





4. PROTECCIÓN MÚLTIPLE: MARCA Y MODELO DE UTILIDAD

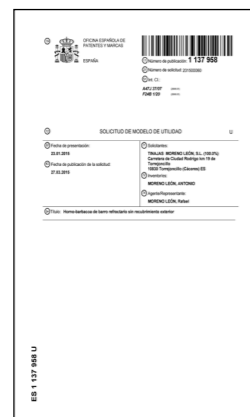
Tinajas Moreno León S.L.

Fecha inicio actividad:
1766

Dominio Internet:
www.tinajasmorenoleon.com

Actividad:
Décima generación dedicada a la producción alfarera de tinajas, tiestos y maceteros, así como hornos de barro cocido. Cierta especialización en piezas de gran tamaño para decoración de jardines, patios y espacios exteriores en general.

Qué se ha registrado y cuándo:
Modelo de Utilidad: Horno-barbacoa de barro refractario sin recubrimiento exterior. ES1137958 Concedido el 12 de junio de 2015, publicado en el B.O.P.I. el 18 de junio de 2015.



Marca denominativa nº 3545642. Titular: El fogón de Daniel. Clases Niza 11 y 35: horno barro cocido para uso doméstico y venta. Presentada la solicitud el 16 de febrero de 2015 y publicada en el B.O.P.I. el 22 de marzo de 2015.

Motivación:
"Se registró para proteger un producto diseñado y creado por nosotros, así como también su denominación. El objetivo es controlar la comercialización de este producto defendiéndolo de las posibles copias que pudieran aparecer."



Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:
"La experiencia se considera enriquecedora y valoramos la experiencia para posibles acciones posteriores de protección de la propiedad industrial. El proceso fue relativamente rápido. Lo habíamos intentado en ocasiones anteriores pero lo dejamos por falta de tiempo y de consejo profesional. En esta ocasión contamos con la ayuda del programa Extremadura Avante de la Junta de Extremadura que financió la ayuda de un técnico especialista en el tema. Tenemos claro que los registros se renovarán cuando llegue el momento."

Valoración del impacto:
"Debido al escaso tiempo transcurrido no es posible hacer una valoración fiable en cuanto a la repercusión en las ventas, pero si en cuanto a reconocimiento por parte de la administración y otros organismos públicos y también por parte del público."





Mugroneres

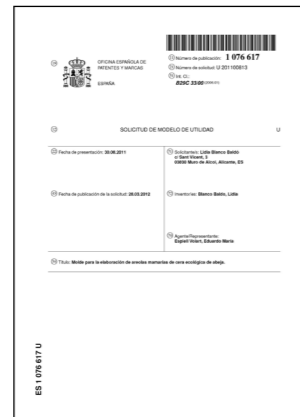
Fecha inicio actividad:
Junio 2012

Dominio Internet:
www.mugroneres.com/es

Actividad:
Industria artesana cerera.

Qué se ha registrado y cuándo:
Marca mixta nº 2975127. Titular: Mugroneres. Clase Niza 5: almohadilla para lactancia.

Modelo de Utilidad ES1076617: Pezoneras de cera ecológica de abeja. El producto ofrece tratar los problemas que puede sufrir el pecho femenino en período de adaptación a la lactancia materna para que las mujeres que decidan dar el pecho a sus hijos no dejen de hacerlo por temor a las posibles molestias. Fue concedido el 6 de noviembre de 2012.



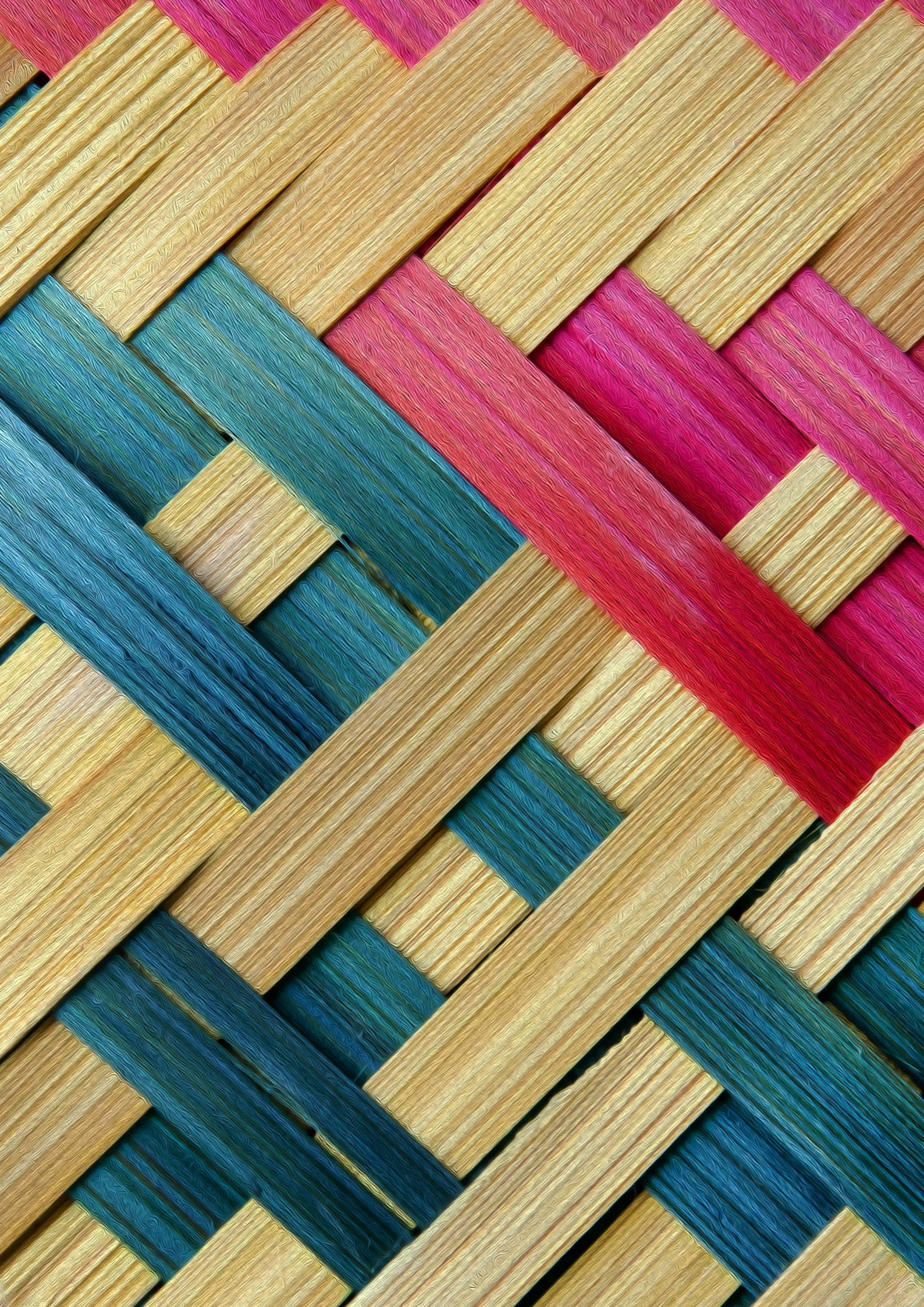
Motivación:
"Proteger el producto y el esfuerzo realizado hasta llegar a la versión definitiva."

Valoración de la dificultad del proceso de registro y posible renovación:
"En un primer momento se optó por realizar las gestiones desde la propia empresa. A la vista de las dificultades se contactó con un agente. El tema se resolvió en unos seis meses. La experiencia fue costosa."

Valoración del impacto:

"La titular de la empresa es una emprendedora que -a través de su propia experiencia positiva con el producto durante un período de lactancia-, se convenció de la oportunidad de fabricarlo y registrarlo. Entiende que el hecho de que el producto cumpla con todos los requisitos legales, tanto los obligatorios -registro sanitario- como voluntarios -como puede ser el registro del Modelo de Utilidad- introduce un elemento de confianza muy importante para las clientas."





V. ENLACES DE INTERÉS





Enlaces de interés

Cátedra de Innovación y Propiedad Industrial "Carlos Fernández-Nóvoa" - <https://www.eoi.es/es/investigacion/estructura-de-la-catedra>

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) - www.oepm.es

Fundesarte - www.fundesarte.org

Fundación Escuela Organización Industrial (EOI) - www.eoi.es

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) - <https://euipo.europa.eu/ohimportal/es>

Oficina Europea de Patentes - www.epo.org

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - <http://www.wipo.int/portal/es/>

Han colaborado en este manual:

- Dirección General de Comercio, Autónomos y Economía Social del Principado de Asturias
- Cabildo Insular de Tenerife. Consejero Insular del Área de Empleo, Comercio, Industria y Desarrollo Económico
- Dirección General de Turismo, Comercio y Artesanía de Castilla - La Mancha
- Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
- Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunitat Valenciana
- Consejería de Economía e Infraestructuras de la Junta de Extremadura
- Dirección General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid
- Dirección General de Comercio y Protección del Consumidor de la Región de Murcia
- Oficio y arte, Organización de Artesanos de España
- Jesús Angel Prieto.





Créditos de las imágenes:

Cabuxa
Eduardo Armada

28



Kimu
"Bodegó retallat"
de Albert Cuevas
y "Tarragona"
de Larrion-PIM

29



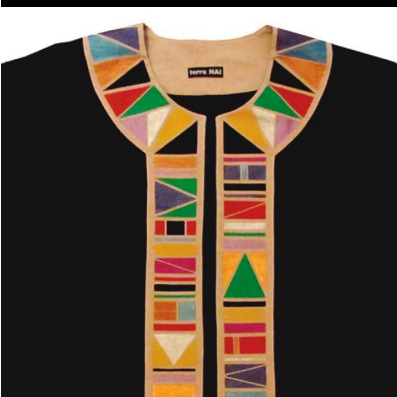
Nuria Pie
Nuria Pie

36



Marga Robledo
Luis Robledo
González y
Margarita Robledo
González

37



Terra Nai
Elena Menéndez

31

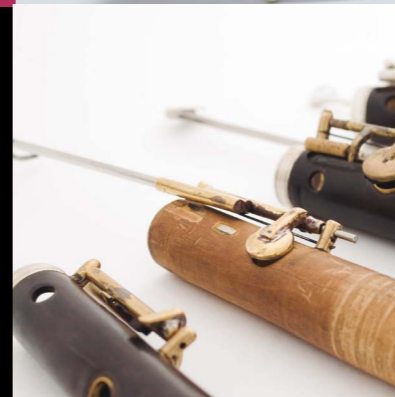


Luesma Vega S.L.
Luesma Vega

32

Lis Latas
Pablo Orcajo

38



**Cerámica Artística
El Gato**
Iñaki de Villa

39



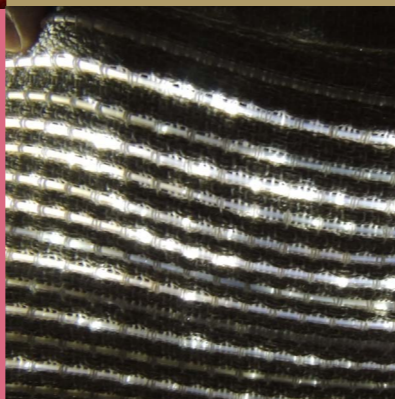
Luis Méndez
Luis F. Lorenzo

33



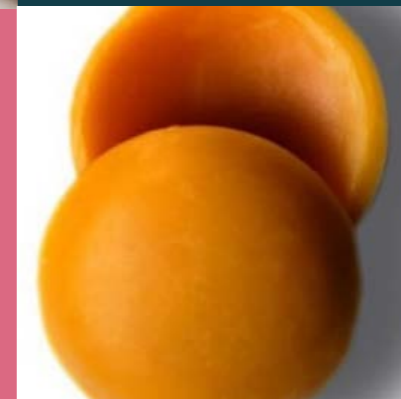
Rir & Co Diseño Textil
Inés Rodríguez
y Dario Muñiz

34



Tinajas Moreno León
Victor Polo Rubio y
Jesús I. Clemente Suárez

40



Mugroneres
Ivan Guerola

42



OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS

DIRECCIÓN

Paseo de la Castellana, 75
28071 Madrid. ESPAÑA

CORREO ELECTRÓNICO: informacion@oepm.es
www.oepm.es



FUNDESARTE

DIRECCIÓN

Av. Gregorio del Amo 6
28040 Madrid

CORREO ELECTRÓNICO: fundesarte@eoi.es
www.fundesarte.org