

La nueva Clasificación de Niza y su impacto en la protección de las marcas



La Clasificación de Niza es un sistema internacional que organiza los productos y servicios en 45 clases con el fin de facilitar el registro y la gestión de las marcas a nivel nacional e internacional.

El **1 de enero de 2026** comenzó a aplicarse la nueva edición de la Clasificación de Niza (13^a edición), la cual se ha elaborado atendiendo fundamentalmente al **destino, finalidad del producto/servicio o método de uso**.

- Las solicitudes de marca presentadas a partir de esta fecha se deben clasificar según esta nueva edición.
- **No se reclasifica** la lista de **productos y servicios** de los **registros anteriores al 1 de enero de 2026**.

En cuanto a las novedades, concretamente, se han producido **cambios y modificaciones en todas las clases que forman parte de la Clasificación de Niza, a excepción de las clases 23 y 33**.

Por otra parte, las clases 13 (armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos artificiales), 32 (cervezas; bebidas sin alcohol; aguas minerales y carbonatadas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas sin alcohol) y 38 (servicios de telecomunicaciones) han sufrido ciertas modificaciones tan solo en lo que respecta a la información introductoria que se muestra antes del desarrollo de la lista completa de los productos o servicios que estas mismas incluyen, sin cambios dentro del despliegue total del catálogo de los productos o servicios que recogen.

El resto de clases sí han cambiado tanto en su información introductoria como en el desarrollo completo de sus productos o servicios. Estas son las clases: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44 y 45.

Novedades más significativas

Destacamos algunas de las principales novedades:

- Los **productos de aceites esenciales** antes estaban contemplados en una sola clase. Ahora, dependiendo del destino y de la finalidad para el que sean empleados, pasan a distribuirse en diferentes clases:
 - Clase 1: aceites esenciales utilizados en la fabricación de cosméticos o con fines industriales;
 - Clase 3: aceites esenciales para perfumería o cosmética acabada;
 - Clase 5: aceites esenciales para aromaterapia;
 - Clase 29: aceites esenciales destinados a aromatizar alimentos o bebidas.
- Los **productos de óptica** (gafas, lentes de contacto, monturas, estuches, etc) pasan de la clase 9 a la clase 10, al ser considerados productos de uso médico y/o terapéutico.
- Los **servicios de óptica** mantienen la misma clasificación. Sin embargo, dados los cambios operados en relación con la clasificación de los productos de óptica y servicios (comentados en el punto anterior), conviene revisar la protección de estos servicios, tales como la venta, la reparación y el mantenimiento de este tipo de productos.
- Los **productos de "ropa eléctrica calefactada/calefaccionada"**, tales como prendas, calcetines calefactados, *footmuffs* eléctricos, se encontraban dentro de la clase 11, donde se ubican aparatos y dispositivos eléctricos, sin embargo, ahora dicho producto se registra en la clase 25, junto con las prendas de vestir en general.
- Los **productos de vehículos de rescate y salvamento/emergencia**, además de "embarcaciones de salvamento o sillas de evacuación, camiones de bomberos, botes de salvamento, balsas..." se encontraban en la clase 9, y ahora quedan recogidos en la clase 12, por su función principal de transporte.
- Los **productos con tecnología integrada**, que hoy se clasifican en la clase 9, ahora ya no se añaden de manera automática a esta misma clase, sino que su clasificación depende de la función principal del producto concreto, por el mero hecho de incorporar componentes electrónicos, y deberán asignarse a la clase correspondiente a su función esencial (ejemplos: una refrigeradora inteligente pasa a corresponder a la clase 11, una maleta inteligente a la clase 18 y un juguete inteligente a la clase 28).

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México

Principales consecuencias

Una de las principales consecuencias que se derivan de la nueva edición de la Clasificación de Niza es que muchas marcas ya registradas, cuyos productos o servicios se ven afectados por los cambios introducidos, podrían requerir una **revisión estratégica de su protección**.

Aunque estos registros mantienen plenamente su validez y no se reclasifican de forma automática, las descripciones de productos y servicios bajo las que fueron concedidos pueden no reflejar con precisión la actividad actual o futura de la empresa conforme a los nuevos criterios de clasificación.

Esta falta de adecuación puede traducirse en **limitaciones en el alcance real de la protección**, especialmente en un contexto en el que las nuevas solicitudes de marca se formulan con listas más precisas y alineadas con la versión de la 13^a Clasificación de Niza.

Asesoramiento para el registro y protección de marcas

Revisar las carteras de marcas permite **detectar posibles vacíos de protección**, anticiparse a conflictos con terceros y asegurar que la marca continúa siendo un activo eficaz y coherente con la evolución del negocio.

En **UNGRIA** contamos con un equipo de **abogados expertos en marcas** con amplia experiencia en el diseño y gestión de estrategias de protección adaptadas a cada negocio.

Te podemos ayudar a analizar el impacto de la nueva Clasificación de Niza en tu cartera de marcas, a identificar posibles vacíos de protección y a definir la mejor estrategia para el registro, mantenimiento y defensa de tus marcas, tanto a nivel nacional como internacional.

Contacta con nosotros para más información.

CONTÁCTANOS

Europa | E.E.U.U. | Argentina | Brasil | México