

¿Cómo saber si una marca está registrada en España?

Elegir un nombre para una empresa, producto o servicio es uno de los primeros pasos a la hora de iniciar cualquier proyecto empresarial. Sin embargo, antes de dedicar tiempo y recursos en invertir en branding, diseño, marketing o desarrollo web, es recomendable **comprobar si la marca sobre la que se quiere centrar el servicio o producto está ya registrada**.

Emplear una marca que ya ha sido registrada por otra persona puede generar conflictos legales e incluso provocar reclamaciones económicas.

¿Por qué es importante comprobar si una marca está registrada?

Muchas empresas y emprendedores piensan que es suficiente con verificar si un dominio web está disponible o si no existe otra entidad con el mismo nombre en el Registro Mercantil. Sin embargo, ninguno de estos dos aspectos garantiza que la marca pueda registrarse con éxito.

Una marca registrada otorga a su titular un derecho exclusivo de uso para determinados productos o servicios. Por lo tanto, si existe una **marca igual o similar** (*uno de los errores más frecuentes es pensar que únicamente generan problemas las marcas idénticas*) que ya está registrada y tiene relación con la actividad empresarial, la solicitud podría ser objeto de **oposición** por el titular de la marca en cuestión que ya está registrada.

Para evitar esta situación, es muy recomendable realizar una **búsqueda previa de la marca que se quiere registrar**.

Esta búsqueda previa permite:

- Evitar conflictos con terceros que ya tengan una marca registrada que sea igual o similar.
- Diseñar una estrategia de protección de marca adecuada desde el principio.

- Ahorrar posibles costes futuros de rebranding.
- Incrementar las posibilidades de éxito de registro de la marca.

¿Qué ocurre si mi marca ya está registrada?

Uno de los errores más habituales al comprobar si una marca está ya registrada es fijarse únicamente en el nombre/denominación. Sin embargo, para determinar si una marca puede registrarse o si existe riesgo de conflicto con derechos anteriores, también es imprescindible **analizar las clases para las que dicha marca está protegida**.

Las marcas no se registran de forma genérica para cualquier actividad. Su protección se limita a productos y servicios concretos que se identifican mediante la denominada **Clasificación Internacional de Niza**, el sistema que se emplea para organizar las actividades económicas a través de 45 clases.

Una misma denominación podría llegar a convivir con otra marca idéntica o similar si identifica productos o servicios claramente distintos y no existe riesgo de que el consumidor pueda pensar que proceden de la misma empresa. No obstante, no existe una regla automática; **cada situación requiere un análisis previo individualizado**.

En este sentido, elegir estratégicamente las clases a la hora de registrar una marca es fundamental para asegurar su protección legal y futura, ya que una selección errónea o dejarse determinadas clases sin registrar podría dejar áreas de negocio desprotegidas.

En definitiva, **la existencia de una marca anterior similar no significa necesariamente que el registro no se pueda llevar a cabo de manera satisfactoria**. Será necesario analizar:

- El grado de similitud entre los signos.
- Los productos o servicios protegidos.
- El ámbito territorial de protección.
- Diseñar una estrategia de protección de marca adecuada desde el principio.
- Incrementar las posibilidades de éxito de registro de la marca.

Solo tras evaluar estos elementos es posible determinar si existe un riesgo real de oposición o de confusión para los consumidores y, por tanto, cuáles son las probabilidades de éxito del registro.

¿Dónde buscar si una marca está ya registrada?

La manera más directa de realizar una **búsqueda de marcas registradas en España** es consultar la base de datos de la **Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)**. Aunque esta herramienta permite realizar búsquedas muy útiles, la identificación de marcas potencialmente conflictivas requiere un análisis especializado.

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

Exclusión de responsabilidad: tenga en cuenta que esta comunicación es de carácter general. No ha sido redactada para ofrecer asesoría legal y no establece relación de algún tipo entre abogado y cliente. No se ofrece garantía alguna con respecto al asunto del presente documento o en cuanto a la integridad o exactitud de esta nota, y no se asume responsabilidad alguna por las medidas (o falta de ellas) adoptadas al usar o confiar de cualquier manera en la información contenida en la misma. En ningún caso nos haremos responsables de los daños y perjuicios resultantes de la de la dependencia o el uso de esta información. Cualquier análisis relacionado o referente a los desarrollos indicados anteriormente debe aplicarse a un caso en particular y debe consultarse o verificarse con los abogados locales de cada jurisdicción.

Una **investigación de antecedentes registrales de marcas** analiza todos los aspectos a tener en cuenta, entre los que destacamos:

- Marcas idénticas.
- Marcas similares.
- Clases protegidas.
- Productos y servicios concretos reivindicados.
- Riesgo de oposición.
- Posibles conflictos en España, la Unión Europea y otros mercados internacionales relevantes.

Por este motivo, antes de solicitar el registro de una marca, resulta esencial evaluar no solo la disponibilidad de la denominación elegida, sino también el **alcance real de los derechos que poseen los titulares de marcas anteriores**.

¿Quieres saber si tu marca puede registrarse con éxito?

En **UNGRIA** ayudamos a empresas, emprendedores y startups a proteger sus marcas mediante estudios de viabilidad, búsquedas de antecedentes y estrategias de protección adaptadas a cada proyecto.

Nuestros abogados expertos en marcas analizan posibles conflictos en España, la Unión Europea y otros mercados internacionales relevantes para minimizar riesgos y aumentar las probabilidades de éxito del registro.

Si estás pensando en registrar una marca, podemos ayudarte a determinar si es registrable, qué clases conviene proteger y cuál es la mejor estrategia para garantizar una protección sólida.

CONTÁCTANOS

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

Exclusión de responsabilidad: tenga en cuenta que esta comunicación es de carácter general. No ha sido redactada para ofrecer asesoría legal y no establece relación de algún tipo entre abogado y cliente. No se ofrece garantía alguna con respecto al asunto del presente documento o en cuanto a la integridad o exactitud de esta nota, y no se asume responsabilidad alguna por las medidas (o falta de ellas) adoptadas al usar o confiar de cualquier manera en la información contenida en la misma. En ningún caso nos haremos responsables de los daños y perjuicios resultantes de la de la dependencia o el uso de esta información. Cualquier análisis relacionado o referente a los desarrollos indicados anteriormente debe aplicarse a un caso en particular y debe consultarse o verificarse con los abogados locales de cada jurisdicción.