

Proceso de obtención de los derechos de propiedad de un juego alternativo-recreativo: el Thor-bol



Trabajo de Fin de Grado: Propuesta de Intervención

Facultad de Ciencias Sociosanitarias

Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte

ALUMNA: AIXA MARÍA RODAS PÉREZ

TUTORA ACADÉMICA: M^a CELESTINA MARTÍNEZ GALINDO

CURSO ACADÉMICO: 2018/2019

ÍNDICE

CONTEXTUALIZACIÓN	página 1
PROCEDIMIENTO DE REVISIÓN	página 2
Selección de la literatura.....	página 2
Criterios de inclusión/exclusión.....	página 2
Resultados de la búsqueda.....	página 3
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	página 4
DISCUSIÓN	página 8
PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	página 9
CONCLUSIONES	página 12
PROSPECTIVAS DE FUTURO	página 12
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	página 13
ANEXOS	página 16

CONTEXTUALIZACIÓN

En los últimos años, el aumento en la creación y el desarrollo de nuevos juegos recreativos está permitiendo que se amplíe la oferta y se dispongan de mayores posibilidades para la práctica de actividad física. Este aumento se debe a que, cada vez, hay más docentes y profesionales de la actividad física que buscan la **innovación**, la **investigación** y el **desarrollo** en este ámbito, creando nuevos proyectos y juegos, en los que la diversión y la novedad son pilares fundamentales para el aumento en la participación en estas actividades.

Por un lado, este aumento en el número de juegos recreativos, pone en manifiesto la importancia de la **privatización de estas nuevas invenciones**, es decir, proteger nuestra creación, solicitando la patente de estos juegos, la cual proporciona los derechos de propiedad al autor o autores, dando exclusividad y limitaciones en el ejercicio del atributo (Jeannot, 2003). Esto quiere decir que, al obtener una patente, se concede un título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva ese juego recreativo o deporte patentado, impidiendo a otros su utilización sin consentimiento del titular (Ley de Patentes, 1986).

En el ámbito internacional, la **EPO** (European Patent Office) y la **OMPI** (Oficina Mundial de la Propiedad Intelectual) son los organismos que permiten solicitar la protección para las nuevas invenciones, a través de convenios y tratados con los distintos países y Estados.

Por su parte, en España, los organismos que se encargan de la concesión y el registro de nuevas invenciones son la **OEPM** (Oficina Española de Patentes y Marcas) y el **Registro de la Propiedad Intelectual**. Estos organismos se encargan de proteger la innovación y creación de nuevos productos y servicios, de obtener licencias de explotación de productos patentados por otras empresas, conceder licencias de explotación sobre tus propias patentes, etc. (Foncillas, 2016).

En materia deportiva, cabe mencionar la evolución que han sufrido las patentes durante décadas, habiendo cada vez mayores oportunidades y facilidades para impulsar las patentes en el ámbito deportivo. Durante estos años, se han ido incorporando numerosos juegos recreativos-alternativos en España, los cuales se han inscrito como patente o marca de la Propiedad Intelectual. Algunos de estos juegos son el “**Colpbol**” en la Comunidad Valenciana con fecha de solicitud de patente en el año 2008, el “**Pinfuvote**” con fecha de solicitud en 2011 o el “**Baloncodo**” en 2016, ambos de Andalucía, y el “**Datchball**” en Zaragoza con fecha de solicitud en 2016, entre otros.

Una vez se ha desarrollado un nuevo juego recreativo, especificando las normas básicas, material, terreno de juego, participantes, etc., es importante la **promoción de ese juego** para que llegue al máximo público posible.

Esta promoción se puede llevar a cabo de múltiples maneras, siendo una de ellas la organización de eventos deportivos, en los cuáles los participantes pueden experimentar el juego, en primera persona, y pueden ayudar a los creadores, dándoles feedback sobre el planteamiento del juego. También, las **redes sociales** son una fuente de información constante y una buena forma de promocionar un nuevo juego, a través de la realización de folletos informativos sobre el juego, la promoción de la organización de eventos a través de estas redes, etc.

En definitiva, tanto la organización de eventos deportivos, como la utilización de las redes sociales como medio de información para la promoción de estos juegos, permiten despertar el interés de la sociedad y de las empresas, posibilitando la **expansión y comercialización** de los juegos recreativos, siempre regidos por un **marco jurídico firme** que respete los derechos de propiedad y con la ayuda de personal cualificado que busque el desarrollo y progreso de estas actividades innovadoras.

En base a lo expuesto, en dos líneas de trabajos previas se contextualizó una revisión bibliográfica para estudiar la importancia del juego en la ocupación del tiempo libre y de ocio y en base a ello, se diseñó y creó un juego alternativo con el nombre de Thorbol. Así, en esta tercera línea de trabajo se tiene como **objetivo principal**: establecer las bases para realizar la patente del juego y así su posterior difusión y comercialización.

PROCEDIMIENTO DE REVISIÓN

El procedimiento de revisión para la realización de este trabajo se llevó a cabo en las siguientes fases:

1. Selección de la literatura:

A la hora de realizar la búsqueda sobre la literatura científica y la bibliografía relevante sobre el tema a tratar se utilizaron diferentes bases de datos científicas donde poder encontrar la información que se requería. Estas bases de datos son las siguientes:

- Google académico: buscador especializado en la búsqueda de contenido y bibliografía científica.
- Dialnet: portal de difusión de la producción científica hispana, especializado en ciencias humanas y sociales.
- Pubmed: base de datos de libre acceso a la base de datos MEDLINE, especializada en ciencias de la salud
- Researchgate: red social en internet y herramienta de colaboración para personas que trabajan en el ámbito de la ciencia.

Por otro lado, para poder llevar a cabo la búsqueda de la manera más eficiente, se utilizaron los siguientes términos en español durante la búsqueda de bibliografía: “patente en el deporte”, “propiedad industrial en el deporte”, “propiedad intelectual en el deporte”, “derechos de autor en el deporte”, “marcas deportivas”, “juegos alternativos-recreativos”. Estos términos se utilizaron también en inglés para aquellas bases de datos en los que se requiere este idioma: “patent in sport”, “industrial property in sport”, “intellectual property in sport”, “copyright in sport”, “sport brands”. A parte de la búsqueda de artículos científicos, la mayoría de la bibliografía de este trabajo se basa en las leyes sobre patentes y marcas de nuestro país, como la Ley 24/2015 de Patentes, en las páginas web de los principales organismos de la gestión de la propiedad industrial e intelectual (OEPM y Registro de la Propiedad Intelectual, y en los manuales sobre la propiedad industrial e intelectual de diferentes oficinas especializadas en este ámbito.

El principal objetivo de esta búsqueda era, en primera instancia, encontrar toda la información sobre los derechos de propiedad intelectual e industrial en España para poder contextualizar el entorno de las patentes y marcas en nuestro país, y en segundo lugar para conocer las diferentes modalidades en las que se puede solicitar los derechos de propiedad. Una vez contextualizado, el siguiente objetivo era comparar las solicitudes de diferentes juegos alternativos para elegir la modalidad más adecuada para solicitar los derechos de propiedad del Thor-bol.

Esta búsqueda bibliográfica abarca un período desde el 15 de febrero de 2019, aproximadamente, hasta el 3 de junio. Se intentaron buscar artículos que comprendieran desde 1993 hasta 2019, intentando usar los más actuales para realizar la revisión. Al haber tan poca información y bibliografía sobre las patentes en el mundo del deporte se tuvieron que utilizar artículos que abarcaran un período de tiempo más amplio (2000-2019).

2. Criterios inclusión/exclusión:

Tras la búsqueda de bibliografía y la selección de la literatura, se pasó a la lectura y comprensión de cada uno de ellos para, posteriormente, elegir aquellos criterios que se utilizarían para la inclusión/exclusión de los artículos:

- Publicaciones en **lengua española e inglesa**.
- Año de publicación comprendido entre **2000 y 2019**.
- Publicaciones en las que se pueda acceder al **artículo completo**.
- Aquellas publicaciones que se centren en las características para la **adquisición de los derechos de propiedad de nuevas invenciones**.
- Aquellas publicaciones sobre la **adquisición de derechos en el ámbito deportivo**.

Este proceso de revisión de bibliografía científica se basa en las pautas de la declaración PRISMA (Urrutía y Bonfill, 2010), siguiendo sus directrices para evitar sesgos y utilizando su diagrama de flujo para concretar los artículos a revisar.

3. Resultados de la búsqueda:

A continuación, podemos observar los resultados del proceso de selección de la literatura a revisar (figura 1), en la que destacamos, principalmente, la falta de artículos científicos, sobre todo en materia deportiva.

Durante este proceso de búsqueda de bibliografía relacionada con el campo de estudio, se encontraron un total de 45 citas durante la búsqueda y en otras fuentes adicionales. Dentro de esas 45 citas, se eliminaron 25 de esas citas, ya que estaban duplicadas. Al eliminar esas 25 citas, quedaron un total de 20 resúmenes que fueron los que se leyeron en el proceso de revisión. Dentro de esos 20, 7 de ellos no cumplían los criterios nombrados anteriormente, más concretamente 5 de ellos por no poder acceder al artículo completo, y los otros 2 por no estar dentro del período de 2000-2019. Tras eliminar esos 7, nos quedaron un total de 13 artículos a texto completo analizados para decidir su elegibilidad. Por último, se excluyó un total de 7 artículos que no se utilizaron para la revisión, pero se utilizaron en otros aspectos del trabajo. Al final quedaron un total de 6 estudios incluidos en la revisión.

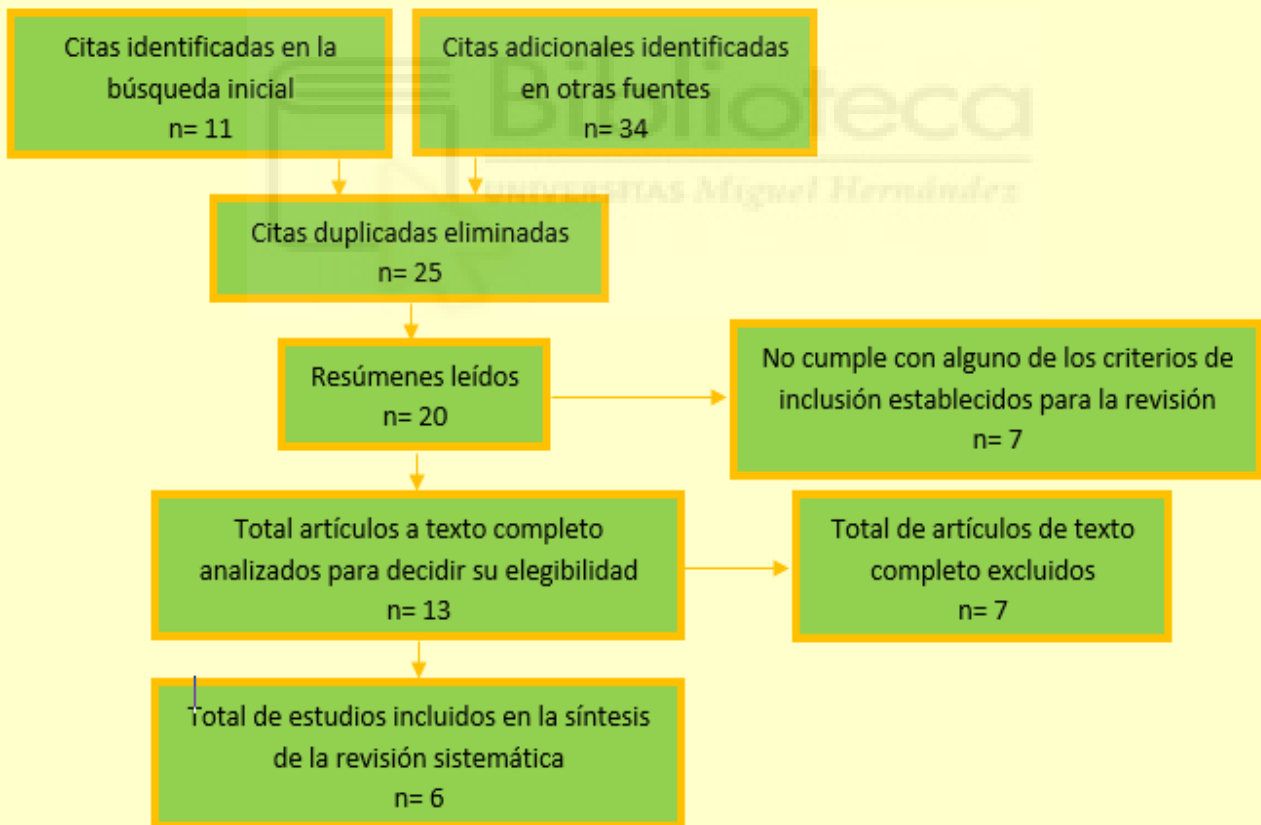


Figura 1. Proceso de inclusión de los artículos para la síntesis cualitativa de la revisión sistemática

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Para llevar a cabo la patente de un nuevo juego o deporte, primero se debe profundizar en ese ámbito y en las **leyes que se rigen en España** sobre las patentes y marcas, y saber diferenciar las distintas modalidades de patentes que existen para poder situar nuestra invención en la modalidad precisa.

En primer lugar, es importante diferenciar los términos de propiedad industrial e intelectual, para poder entender las principales diferencias en derechos de propiedad. Ambos términos persiguen la **protección de bienes intangibles de personas o empresas** que crean una invención o que presumen de su titularidad.

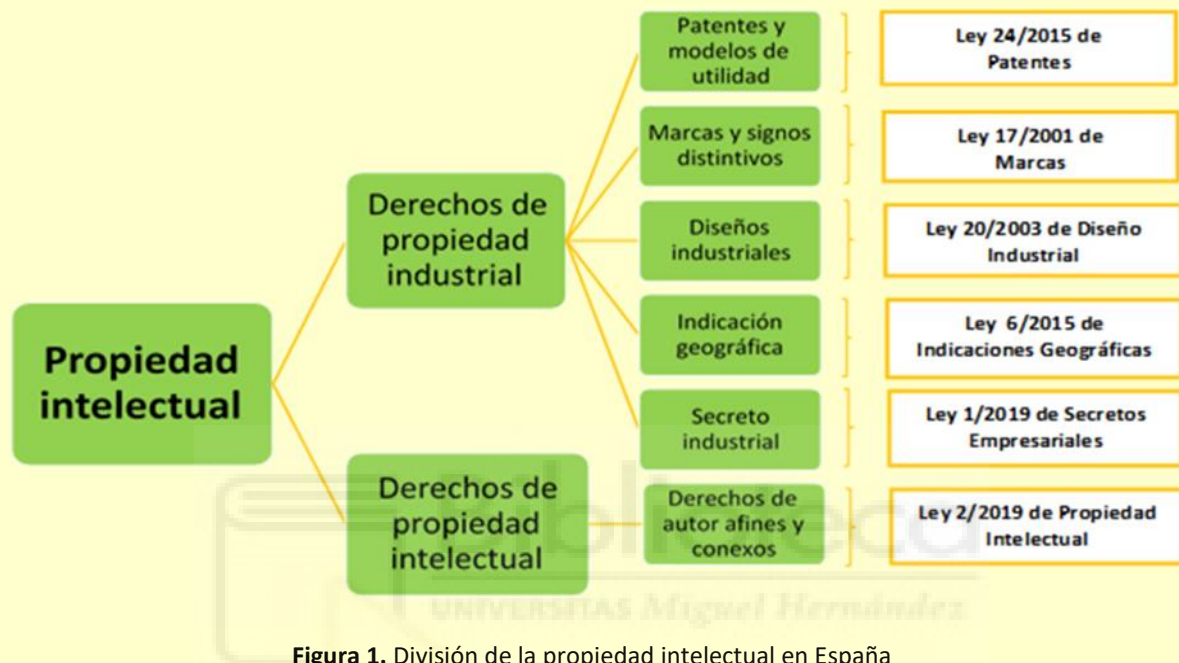


Figura 1. División de la propiedad intelectual en España

La **propiedad intelectual** se divide en dos áreas, como se puede observar en la figura 1: la **propiedad industrial**, en la que se engloban las patentes, las marcas, los diseños industriales, las indicaciones geográficas y los secretos industriales, y los **derechos de autor** que abarca las obras literarias y artísticas. Todos estos derechos están regulados por una ley cada uno, posibilitando así la mejor diferenciación entre cada uno.

En el **Registro de la Propiedad Intelectual** (Ministerio de Cultura, 2019), esta se define como el conjunto de derechos que correspondan a los autores y a otros titulares (artistas, productores, etc.) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación. También, la OEPM incluye, dentro de estos derechos, las obras artísticas y literarias como novelas, poemas, obras musicales, reglas para juegos, programas de ordenador, entre otros.

Por su parte, según la Guía de la Propiedad Industrial e Intelectual de la INESPO (Innovation Network Spain-Portugal, 2013), la **propiedad industrial** se compone del conjunto de derechos intelectuales, es decir, derechos derivados de nuestra actividad intelectual. En nuestro país, estos derechos se denominan derechos de propiedad industrial y engloban a las patentes de invenciones, las creaciones de forma, los signos distintivos y las indicaciones de procedencia geográfica. Estos derechos de propiedad industrial son un elemento constante de nuestro entorno, que está en todo lo que nos rodea, y que representa todas las innovaciones que se realizan en nuestro entorno y las mejoras de un producto o diseño ya existente.

Según la OEPM, se pueden distinguir diferentes modalidades de registro de derechos de propiedad industrial e intelectual: patente o modelo de utilidad, marcas comerciales, diseños industriales, indicación geográfica, secreto industrial (Know-how) y derechos de autor y conexos. De todas las anteriormente nombradas nos vamos a centrar en tres de ellas.

En primer lugar y según la OEPM, la **patente** es una forma de monopolio legal que da el derecho a decir: *“Esto es mío y no lo puedes usar sin pagarme”*, y que regula la concesión a cambio de la divulgación pública de las ideas. También, según la Ley 24/2015 (Foncillas, 2016) de ANFACO, se define la patente como *“un derecho exclusivo concedido a una invención, que es el producto o proceso que ofrece una nueva manera de hacer algo, o una nueva solución técnica a un problema”*. Además, la Ley 24/2015 de Patentes indica que al obtener una patente se concede la protección de esta durante un período de 20 años, siempre y cuando se paguen anualmente las tasas. Estas tasas son de 1200 euros, aproximadamente, para la adquisición de los derechos, más el pago anual que empieza con 18,48 euros en la 3ª anualidad y aumenta progresivamente hasta 490 euros en las últimas anualidades.

Por otro lado, y cumpliendo la misma función que la patente, se encuentran los **modelos de utilidad**. Este tipo de derechos se conceden a invenciones de menor rango inventivo que la patente. Al ser de menor rango, el proceso para la concesión es menos estricto, por lo que se puede considerar más fácil y rápido. Según la Ley 11/1986, de Patentes, se establece que *“serán protegibles como Modelos de Utilidad las invenciones que, siendo nuevas e implicando una actividad inventiva, consistan en dar a un objeto una configuración, estructura o constitución de la que se derive una ventaja prácticamente apreciable para su uso o fabricación”*. Por su parte, la Ley 24/2015 de Patentes nos indica que al obtener un modelo de utilidad se concede una protección durante 10 años, siendo 10 años menos que la patente, y que las tasas que se deben abonar para los modelos de utilidad son menores que las tasas de las patentes, siendo 100,38 euros para la adquisición de los derechos, más el pago anual que es igual que en la patente.

Esta ley 24/2015 de Patentes, también menciona que son patentables, en todos los ámbitos, las invenciones que sean nuevas, es decir que presenten una novedad o una característica nueva, respecto al conocimiento existente. También son patentables aquellas invenciones que impliquen actividad inventiva y que tengan uso práctico.

En segundo lugar, nos encontramos las **marcas comerciales** que son un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una empresa determinada. Según la OEPM, una marca puede ser una palabra, un eslogan, un logotipo o una combinación que distinga a su producto o negocio de otros. Esta misma oficina establece que el coste para registrar una marca nacional es de 150 euros, si es solo una clase y 350 euros para tres clases, teniendo que hacer las renovaciones cada 10 años con un coste de 170 euros.

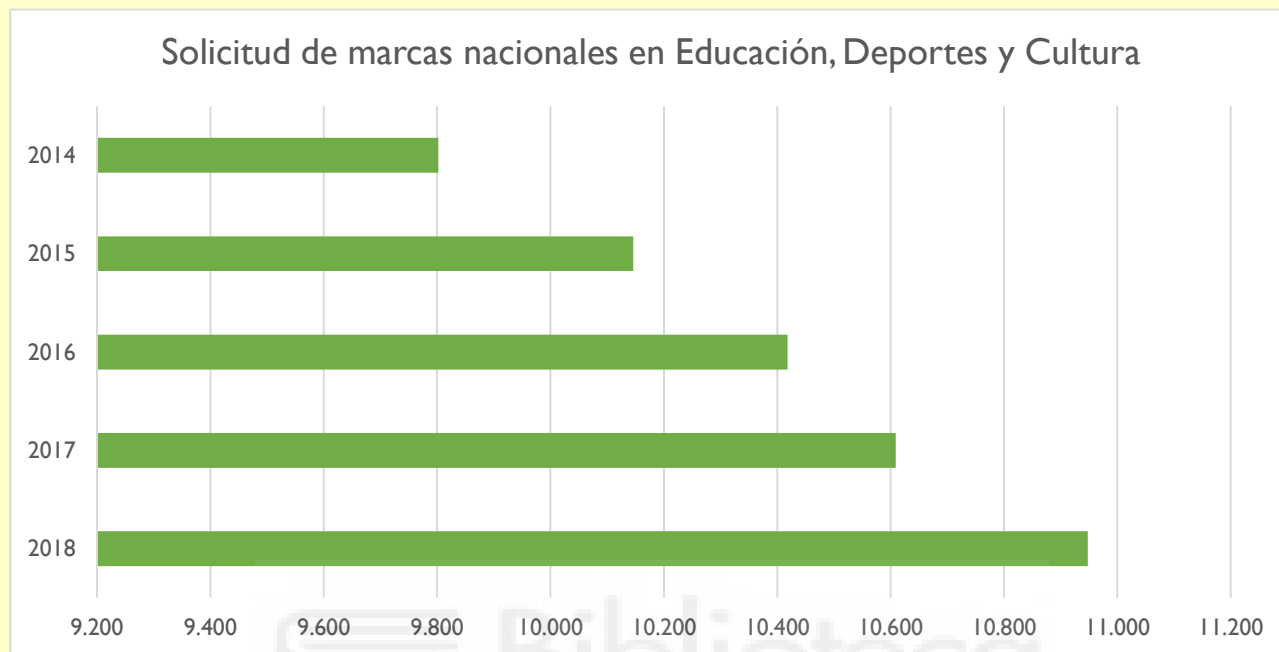
La ley 17/2001 de Marcas, establece que las marcas podrán constituirse, por medio de dibujos, letras, cifras, colores, palabras, incluidos nombres de personas, entre otros. Además, esta misma ley establece unos requisitos mínimos para la creación de una nueva marca, como, por ejemplo, que tengan un carácter distintivo, que no sean idénticos a una marca ya registrada o que no imiten ningún escudo o bandera de España o alguna comunidad, entre otros.

Por último, tenemos los **derechos de autor** que, según el Manual de gestión de la propiedad industrial (s.f.), es un término jurídico que describe los derechos concedidos a los creadores por sus obras literarias y artísticas. Según la OEPM, estos derechos protegen la invención durante muchos años frente a la copia o adaptación no autorizada de descripciones en dibujos, escritos o fotografías, de su idea.

En el **ámbito deportivo** la bibliografía sobre patentes es muy escasa, siendo pocos artículos o revistas las que tratan este tema. Dentro de los derechos de propiedad en el deporte hay que destacar, por encima del resto de autores, las aportaciones de Pilar Irureta-Goyena y Rosario Herrero, al ser prácticamente las únicas autoras que tratan los temas de estos derechos en nuestro país, haciendo aún más importante su labor en este contexto.

Según la OEPM (2018), el número de solicitudes de productos y servicios de marcas nacionales en Educación, Deporte y Cultura, según la clasificación de Niza, ha ido aumentando con el paso de los años hasta las casi 11000 solicitudes en 2018.

Gráfico 1. Solicitud de marcas nacionales en Educación, Deportes y Cultura. La OEPM en cifras (OEP, 2018)



En un estudio de Irureta-Goyena y Herrero (2000) se muestra una recogida y análisis de documentos sobre patentes en deporte. En este estudio se recogen los datos y registros de patentes y modelos de utilidad del sector A63, que es el sector en el que se engloban los registros en deporte y otros sectores. Dentro de este sector se ha podido observar que existen mayores datos de modelos de utilidad que de patentes, ya que es más rápido y económico. También dentro del sector A63, se ha encontrado una gran incidencia de patentes en el subsector A63B, que es el área con más relación con el deporte. A parte, en este estudio también se evaluó el registro de patentes desde 1990 hasta 1999, pudiendo observar un aumento en el número de registros de patente en deporte desde 1992 debido a la incidencia de los Juegos Olímpicos de Barcelona y una disminución importante en 1997, siendo este último año significativo en el aumento de la patente europea en el subsector A63C y, en menor medida, del subsector A63B.

En otro estudio de Irureta-Goyena, Herrero, y Aquesolo (2006), se muestra que el aumento en el número de registros de patente ha ido creciendo con el paso de los años. En este estudio se observan un total de 795 registros en materia deportiva de los 94000 registros, en todos los ámbitos, recogidos en la base de datos desde 1826 a 1925. Dentro de estos 795 registros, 37 de ellos pertenecen al período de 1826 a 1878, llamándose en esa época privilegios, y los 758 registros restantes son desde 1878 a 1925, recibiendo el nombre de patentes como hoy en día se conoce. Además, dentro de este estudio se muestra que el número de solicitantes era, en igual medida, extranjeros que españoles, que era más común los solicitantes particulares que las empresas, que había mayor número de solicitantes individuales que en colaboración y que el número de mujeres solicitantes es prácticamente escaso. A parte, la mayoría de estas invenciones son incrementales, por lo que eran mejoras de invenciones ya creadas y no todas las patentes tienen aplicación o difusión tras su registro o concesión.

De estas mismas autoras, un estudio más reciente (Irureta-Goyena y Herrero, 2011), analiza las patentes en España con solicitud de protección PCT (Patent Cooperation Treaty), a través de la base de datos Patentscope de la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). En este estudio se vuelve a observar el sector A63 de la Clasificación Internacional de Patentes, ya que es el sector que trata, en gran

parte, las solicitudes en materia deportiva. En este sector se han podido recopilar un total de 117 documentos relacionados con el deporte, siendo a partir de 1993, los documentos de patentes encontrados en España y, aumentando progresivamente hasta 2009 con 19 solicitudes ese año, hasta una bajada a 10 solicitudes en 2010. Las temáticas donde más solicitudes de patentes se encontraron son las relacionadas con deportistas, en mayor medida sobre productos deportivos como pelotas o bicicletas, y destacando la gimnasia y el fitness como actividad deportiva con mayores solicitudes. A parte, este estudio nos muestra que Cataluña es la comunidad que más solicitudes de patentes ha tenido en esos años, tanto de solicitudes de empresas como de particulares, destacando muy por encima del resto Barcelona con un total de 34 solicitudes. Al igual que en el estudio de 2006, se hace hincapié de la baja participación femenina, que hasta 2008 no tenía participación en los datos recopilados sobre estas solicitudes.

En relación con el número de juegos alternativos-recreativos, estos también han experimentado un aumento a lo largo de las últimas décadas. Este aumento también ha propiciado un **mayor registro en el número de marcas nacionales** de todos estos nuevos juegos. Al ser inscritos como marcas se han tenido que registrar en una o más clases, según la Clasificación de Niza 11ª Edición (2018). Las clases que predominan en el registro como marcas de estos juegos son la 25 (prendas de vestir, calzado), 28 (juegos y juguetes; artículos de gimnasia y deporte) y 41 (servicios de entrenamiento; actividades deportivas y culturales).

A continuación, en la tabla 1, podemos observar un listado con algunos juegos alternativos-recreativos en España, así como la fecha de solicitud de cada uno, las clases en las que están registrados como marca, la Comunidad autónoma donde se registraron y el titular de la marca.

Tabla 1. Listado juegos alternativos-recreativos patentados en España (OEPM, s.f.)

NOMBRE	FECHA SOLICITUD	CLASES (CLASIFICACIÓN NIZA)	COMUNIDAD	TITULAR
Colpbol	06/10/2008	25, 28	Valenciana	Juan José Bendicho Ros
Pinfuvote	13/05/2011	28, 41	Andalucía	Juan Lorenzo Roca Brines
<u>Ringol</u>	07/02/2017	25, 28	Andalucía	Manuel Martín Martínez
Baloncodo	18/04/2016	41	Andalucía	Norberto Domínguez Jurado
<u>Bíjbol</u>	10/05/2002	28	Madrid	María Teresa Miña Encinas
<u>Datcball</u>	29/02/2016	41	Aragón	Roberto Navarro Arbues
<u>Goubak</u>	18/04/2011	28, 41	Madrid	Víctor Manso Lorenzo

A raíz de toda la bibliografía revisada, se hace necesario la profundización sobre todos los conceptos y conocimientos ya mencionados anteriormente, potenciando así, por un lado, el aumento de la investigación en derechos de propiedad en el ámbito deportivo y, por otro lado, la elección de modalidad para la solicitud de derechos de propiedad que más nos convenga en el caso que se presenta en este trabajo.

DISCUSIÓN

Tras haber hecho la revisión sobre el estado de los derechos de propiedad y, más concretamente, en el mundo del deporte, la primera conclusión que se extrae hace referencia a la **escasa información científica** sobre derechos de propiedad en nuestro país y en las diferentes bases de datos. Aún con esta falta de información, el objetivo de esta revisión era obtener una visión general sobre los derechos de propiedad en nuestro país y elegir la modalidad más adecuada donde inscribir nuestro juego, en base a los datos obtenidos de otros juegos o deportes similares, y así poder realizar, posteriormente, la propuesta de intervención sobre la información obtenida.

Durante la revisión de la bibliografía se han podido observar **diferentes modalidades** que el Estado y la OEPM nos ofrecen, en las cuales se puede inscribir el Thorbol para conseguir los derechos de propiedad de este juego.

La primera modalidad que hemos visto es la **patente**. Esta modalidad es la más cara de todas y el proceso para conseguirla es más lento que el resto de las modalidades, siendo aconsejable buscar la ayuda de un abogado especializado en patentes, según nos dice la bibliografía analizada. Al tener evidencias sobre la patente deportiva de un juego alternativo-recreativo, el “Baloncodo”, en un proyecto de investigación e innovación educativa (Domínguez, 2016).

La segunda modalidad planteada es el **modelo de utilidad**, que sabemos que es como una patente de menor rango. Aunque esta modalidad es más barata y rápida que la patente, no se ha encontrado ninguna evidencia en la que se conceda un modelo de utilidad en algún juego alternativo-recreativo. También hay que recordar que la patente dura el doble de tiempo que un modelo de utilidad, permitiendo tener los derechos de propiedad durante mayor tiempo.

La tercera modalidad tratada es la **marca o signo distintivo**. Esta modalidad es en la que más información hemos encontrado, estando la mayoría de los deportes alternativos-recreativos inscritos como marca nacional, abarcando entre 1 a 3 clases de la Clasificación de Niza (OMPI, 2017). Además, esta modalidad es bastante económica, por lo que sería una buena opción para conseguir los derechos de propiedad de nuestro juego.

La cuarta y última modalidad mencionada son los **derechos de autor**. No se han encontrado evidencias de que se haya utilizado esta modalidad con juegos alternativos-recreativos, por lo que no sería la más viable para solicitar los derechos de propiedad de nuestro juego.

Las cuatro modalidades, nombradas anteriormente, también se pueden combinar entre ellas, cómo se nos presenta el proyecto de investigación e innovación educativa del “Baloncodo” (Domínguez, 2016). En este proyecto, se presenta este deporte como marca propia, con la elaboración de un logotipo propio, y la compra y gestión de la correspondiente patente de la Propiedad Intelectual.

En conclusión, si solicitamos los derechos de propiedad en más de una modalidad, más protegido estará el juego creado, aunque mayor será el coste total para conseguir esos derechos de propiedad.

Por otro lado, en el mundo del deporte se ha podido observar que hay muy **poca incidencia de investigación** en el campo científico que estudie esos derechos de propiedad. Esta falta de información pone en manifiesto la necesidad de aumentar estas investigaciones, ayudando así a que este ámbito se impulse cada vez más y a que aumente el número de profesionales de la actividad física y docentes que apuesten más por la investigación e innovación, teniendo más facilidades para el desarrollo de su labor de manera eficiente. También es importante potenciar la implicación de las mujeres en este ámbito, ya que, como hemos visto en todos los estudios analizados, el número de solicitudes de derechos de propiedad por parte del sector femenino son muy escasas.

Por lo tanto, bajo estas deducciones se plantea la siguiente **propuesta de intervención**.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Este trabajo vendría a culminar el proceso de creación de un juego deportivo recreativo presentado en dos trabajos finales de grado previos (Román y Martínez Galindo, 2019; Sánchez Duarte y Martínez Galindo, 2019) en los que, en primer lugar, se realizaba un análisis y revisión bibliográfica sobre la evolución del juego y, en segundo lugar, se planteaba un juego inventado (Thor-bol) basado en las características de los juegos deportivo-recreativos. Así, en este tercer estudio, se presenta como propuesta **la preparación para la solicitud del “Thor-bol” como marca nacional**, como hemos podido ver en todos los juegos y deportes alternativos-recreativos revisados.

Por medio de la solicitud de la marca (anexo 1), se pretende buscar una protección en la que se garantice el derecho exclusivo a utilizar esa marca y también dar el derecho a utilizarla a otras personas, a cambio de un pago por su uso.

Para llevar a cabo la solicitud del “Thor-bol” como marca, sería conveniente consultar y solicitar la ayuda de un abogado especializado en patentes y marcas, ya que el proceso no es sencillo y, hay términos y procesos difíciles de entender. A parte, para poder guiarnos y orientarnos en la solicitud de una marca, la **Ley 17/2001 de Marcas** va a ser primordial para seguir los pasos correctamente y sin errores.

Esta solicitud se puede llevar a cabo tanto de manera telemática (<https://sede.oepm.gob.es/eSede/es/index.html>), como de manera presencial, en la OEPM o en los centros regionales de patentes y marcas de las diferentes comunidades (figura 2).



Figura 2. Proceso de solicitud de una marca

Según el Manual informativo para los solicitantes de marcas (OEPM,2019), el proceso de solicitud de una marca consta de **7 fases** (figura 1), de las cuales la primera fase (**paso 1**) se presenta el “Thor-bol” para la concesión de este juego como marca nacional. En esta primera fase tendremos que decidir cómo vamos a querer que sea nuestra marca:

- **Tipo de marca:**
 - En función del tipo de bienes o servicios que se designan: marca de servicio, ya que la marca representa un servicio de entretenimiento y diversión para sus practicantes.
 - En función de su representación gráfica:
 - Marca mixta o figurativa: se ha seleccionado este tipo de marca, ya que el signo distintivo elegido para identificar el Thor-bol está formado por palabras y letras, que consta de elementos gráficos y de color.
- **Descripción del logotipo de la marca:** el logotipo (figura 2), con el que se solicita los derechos de propiedad del Thor-bol como marca, siguen los principios para la elección de este juego como signo distintivo (OEPM, 2019), siendo estos principios que el logotipo y el nombre sea fácilmente memorizables y que no sea malsonante o estéticamente desagradable. El logotipo elegido es el que se puede observar en la figura XXX, el cual se compone de los elementos principales de este juego, como son las camisetas dobles, en las que se colocan dos jugadores como pareja, y la pelota de este juego, que se lanza girándola como el martillo de Thor, de ahí el nombre del juego.



Figura 2. Logotipo del Thor-bol

- **Clases en las que solicita la marca del Thor-bol**, según 11ª edición de la clasificación de Niza (OMPI, 2017):
 - Clase 25 (prendas de vestir, calzado y sombrerería): dentro de esta clase estarían las camisetas dobles oficiales, las cuales estarían protegidas como marca, al llevar el logotipo en todas ellas.
 - Clase 28 (artículos de gimnasia y deporte): en esta clase entraría la pelota oficial del Thor-bol, que es un balón unido a una cuerda que acaba en una empuñadura. En esta clase también entraría la pelota adaptada para personas con discapacidad visual, la cual es la misma, pero con un sistema de sonido introducido dentro de la pelota.
 - Clase 41 (educación; actividades deportivas y culturales): servicios prestados por los individuos responsables y creadores del Thor-bol, buscando la diversión, recreo y entretenimiento de personas.
- El **pago de las tasas** correspondientes es imprescindible para poder realizar la solicitud de la marca. Como se indicó en apartados anteriores, al solicitar la inscripción en 3 clases diferentes, el precio de estas está alrededor de los 350 euros.

Una vez que presentada la solicitud de la marca del “Thor-bol”, rellenando la solicitud con ayuda de un abogado (*anexo 1*), hay que esperar a que el órgano competente, el cual recibe la solicitud, apruebe la solicitud, a través de un **examen de forma**, en el cual observarán los datos mínimos y otras formalidades de la solicitud, y un **examen de licitud**, examinando si la solicitud es contraria al orden público (**paso 2**).

Si se superan todos los aspectos nombrados anteriormente, la OEPM **publica la solicitud** en su Boletín Oficial (**paso 3**).

Una vez se publica la solicitud, el solicitante tiene un plazo de 2 meses para presentar la **oposición** al registro de la solicitud (**paso 4**).

Tras presentarse o no las oposiciones, la OEPM realizará un **examen de fondo**, en el cual se examina si la solicitud no presenta algunas de las prohibiciones de la Ley de Marcas (**paso 5**).

Por último, una vez realizado el examen de fondo, se procederá a la **concesión o denegación de la solicitud** (**paso 6**) y se **publicará el en BOPI** (Boletín Oficial de la Propiedad Industrial) estas resoluciones (**paso 7**).

La duración del proceso es de **12 meses y 20 meses**, dependiendo si la solicitud sufre algún suspenso u oposición.

Si la solicitud se concede, el “Thor-bol” estaría protegido como marca durante un período de 10 años desde la fecha de solicitud. Una vez pasados esos 10 años, para que siga estando protegido, hay que proceder a la renovación los seis meses anteriores al vencimiento del registro, para volver a protegerlo durante los siguientes 10 años.

CONCLUSIONES

Una vez contextualizado el estado de los derechos de propiedad en nuestro país y presentada la propuesta de intervención sobre la solicitud del Thor-bol como marca nacional, podemos extraer varias **conclusiones** sobre este trabajo:

- En primer lugar, cabe resaltar la **falta de información científica** sobre las patentes, sobre todo en el ámbito deportivo. Ante esta falta de bibliografía, este trabajo se ha basado en las leyes y manuales sobre los derechos de propiedad.
- El **aumento en el número de patentes y marcas** registradas, principalmente en el sector A63B, en nuestro país es cada vez más evidente con el paso de los años.
- Las diferentes modalidades en las que se pueden solicitar los derechos de propiedad y en las que nos hemos centrado son: las **patentes y modelos de utilidad**, **las marcas** o signos distintivos, **los derechos de autor**, etc. Dentro de estas 4 modalidades las patentes son las más caras y con un proceso más lento y complicado, los modelos de utilidad representan un rango menor, las marcas que son la modalidad en la que más bibliografía se ha encontrado y los derechos de autor que es la modalidad menos referenciada de las cuatro mencionada anteriormente.
- El proceso de registro del Thor-bol como marca, consta de **7 pasos** desde la presentación de la solicitud hasta la publicación de la resolución. Si esta resolución es favorable y se concede la marca del juego, este estará **protegido** como marca por un período de **10 años**.
- Para el registro del Thor-bol, como marca nacional, es importante la elección del **tipo de marca**, la **descripción del logo** del Thor-bol y la **elección de las clases** en las que se solicita la marca (25, 28 y 41).

PROSPECTIVAS DE FUTURO

Una vez presentado el Thor-bol como un nuevo juego alternativo-recreativo, y preparados los pasos para su patente, las perspectivas de futuro que se presentan serían las siguientes:

- **Promocionar el juego:** a través de la organización de eventos deportivos en los que el Thor-bol sea el principal protagonista. Estos eventos tendrían como principal objetivo la promoción de la actividad física en tiempo libre y de ocio. Estos eventos son una buena forma de conseguir feedback sobre el juego, por medio de las valoraciones que los participantes puedan proporcionar y así perfeccionar el juego y sus características principales.
- **Introducir el juego en el currículum de Educación Física:** al igual que con el resto de los juegos y deportes alternativos-recreativos como el colpbol, sería aconsejable, para la promoción y progresión de nuestro juego, la introducción de éste en el currículum de Educación Física. Esta introducción al currículum puede despertar el interés de todos los jóvenes hacia una nueva forma de practicar actividad física, a través de la diversión y el entretenimiento, a la vez que se promocionan hábitos de vida saludable por medio del ocio, así como comportamientos inclusivos, cooperativas y coeducativas, aspectos que recoge y promueve el actual marco legislativo tanto a nivel nacional (LOMCE, RD.1105/2014), como autonómico (D.87/2015).
- **Adquirir derechos de propiedad como patente:** si nuestro juego diera buenos resultados como marca y la promoción de este e inclusión al currículum de Educación Física tuviera una buena acogida, se podría plantear la idea de seguir adquiriendo derechos de propiedad del Thor-bol, no solo como marca, sino como patente, a la vez que solicitar los derechos de propiedad del balón oficial como un diseño industrial, entre otros derechos. Este último apartado iría ligado con la repercusión de nuestro juego, ya que no siempre es conveniente patentar un juego sin saber que ese juego va a ser practicado por muchas personas o colegios, por los que sería un gasto de dinero sin obtención de beneficios.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias bibliográficas:

- Delgado Reyes, J. (2001). *Patentes de invención, diseños y modelos industriales*.
- Devesa, C. L., & Cachafeiro, F. (2012). La protección de la patente en la OEPM. In *Compendio práctico sobre la protección de la propiedad industrial: una visión renovada en España, Europa y el mundo* (pp. 117-131).
- Domínguez, J. G. (2013). Guía-manual: propiedad industrial e intelectual para emprendedores y empresas de base tecnológica. INESPO.
- Fernández-Novoa, C., Lastres, J. M. O., & Agra, M. B. (2009). *Manual de la propiedad industrial*. Marcial Pons.
- Irureta-Goyena Sánchez, P. (1996). Recursos documentales en educación física y deportes. *Revista general de información y documentación*, 6(1), 195-220.
- Irureta-Goyena Sánchez, P., Herrero Pérez, R., & Aquesolo Vegas, J. (2006). El deporte, la tecnología y la historia: análisis de patentes y privilegios reales españoles relacionados con la actividad física y deportiva (1828-1925).
- Irureta-Goyena Sánchez, P., & Herrero Pérez, R. (2000). Deporte, investigación y patentes en España. *Revista general de información y documentación*, 10(1), 115-151.
- Irureta-Goyena Sánchez, P., & Herrero Pérez, R. (2011). Ruta española de la innovación en el deporte: un análisis a través de las patentes PCT. *DDxt-e Revista Andaluza de Documentación sobre el Deporte*, (1), 1-17.
- Jeannot, F. (2003). *Las patentes como derecho de propiedad*. Red Aportes.
- Olcina, L. G. (2012). Los recursos en la OEPM. In *Compendio práctico sobre la protección de la propiedad industrial: una visión renovada en España, Europa y el mundo* (pp. 229-252).
- OEPM (2019). Manual informativo para los solicitantes de marcas.
- Ramiro, J., Ferrando, M. G., Vázquez, J. L. H., Bañuelos, F. S., & Vera, P. (1998). *Libro Blanco I+D en el Deporte*. Ministerio de Educación y Cultura.

Referencias Legislativas:

- Decreto 87/2015, de 5 de junio, del Consell, por el que establece el currículo y desarrolla la ordenación general de la Educación Secundaria Obligatoria y el Bachillerato en la C. Valenciana.
- Ley 2/2019, de 1 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/26/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, y la Directiva (UE) 2017/1564 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de septiembre de 2017. Boletín Oficial del Estado, 53, de 2 de marzo de 2019, de 20282 a 20340. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2019/03/02/pdfs/BOE-A-2019-2974.pdf>
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (BOE de 10 de diciembre de 2013, núm. 295, 97858-97921).
- Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes. Boletín Oficial del Estado, 73, de 26 de marzo de 1986, de 11188 a 11208. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/1986/03/26/pdfs/A11188-11208.pdf>
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. Boletín Oficial del Estado, 294, de 8 de diciembre de 2001, 45579 a 45603. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2001/12/08/pdfs/A45579-45603.pdf>


- Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes. Boletín Oficial del Estado, 177, de 25 de julio de 2015, de 62765 a 62854. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2015/07/25/pdfs/BOE-A-2015-8328.pdf>
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. Boletín Oficial del Estado, 97, de 22 abril de 1996, de 14369 a 14396. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/1996/04/22/pdfs/A14369-14396.pdf>
- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.
- Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. Boletín Oficial del Estado, 167, de 13 de julio de 2002, de 25653 a 25671. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2002/07/13/pdfs/A25653-25671.pdf>

Referencias digitales:

- Colpbol.es (s.f.). Licencias representes del Colpbol. Recuperado de: <https://www.colpbol.es/es/que-es-el-colpbol/licencia-representantes.html>
- Domínguez, N. (2016). Proyecto de Investigación e Innovación Educativa: el Baloncodo. Recuperado de: http://www.baloncodo.com/uploads/7/5/3/1/75319249/resumen_baloncodopdf.pdf
- Foncillas, G. (2016). Patentes y su concesión según la Ley 24/2015. Recuperado de: http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Ponencias/108_A_01_PonenciasJornadaPatMUtilidad_Leon_15nov2016.pdf
- García, M. M. (2016). Modelos de Utilidad y su concesión según la Ley 24/2015. Recuperado de: https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Ponencias/108_C_00_PonenciasJornadaPatMUtilidad_Oviedo_3nov2016.pdf
- OEPM (2018). La OEPM en cifras 2018. Recuperado de: https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folletos/La_OEPM_en_Cifras_2018.pdf
- OEPM (2019). ¿Cuánto cuestan los derechos de propiedad industrial? Recuperado de: https://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/preguntas_frecuentes/FaqCuestiones32.html?modalidadFaq=noSel
- OEPM (2019). ¿Qué diferencias hay entre propiedad industrial e intelectual en España?. Recuperado de: https://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/preguntas_frecuentes/FaqCuestiones04.html
- OEPM (2019). ¿Qué es la propiedad industrial y que se puede proteger? Recuperado de: https://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/propiedad_industrial/
- OEPM (2019). Localización de marcas nacionales por denominación. Recuperado de: <http://consultas2.oepm.es/LocalizadorWeb/jsp/busquedaDenominacion.jsp>
- OEPM (2019). Trámite y/o pago de los signos distintivos. Recuperado de: http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Tasas/2019_SIGNOS.pdf
- OMPI (2019). Clasificación de Niza 11ª edición. Recuperado de: <https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/es/en/>
- Registro de la Propiedad Intelectual (2019). Definición de la Propiedad Intelectual. Recuperado de: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/la-propiedad-intelectual/definicion.html>
- Registro de la Propiedad Intelectual (2019). Sujetos de la Propiedad Intelectual. Recuperado de: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/la-propiedad-intelectual/sujetos.html>

ANEXOS

ANEXO 1: TIPO SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA

 MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO Oficina Española de Patentes y Marcas		NÚMERO SOLICITUD:
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA		FECHA, HORA Y MINUTO DE PRESENTACIÓN EN O.E.P.M.:
(1) TIPO DE MARCA <input type="checkbox"/> MARCA DE PRODUCTOS O SERVICIOS <input type="checkbox"/> MARCA DIVISIONAL <input type="checkbox"/> MARCA COLECTIVA <input type="checkbox"/> MARCA TRANSFORMADA <input type="checkbox"/> MARCA DE GARANTÍA		LUGAR, FECHA, HORA Y MINUTO DE PRESENTACIÓN EN LUGAR DISTINTO O.E.P.M.:
(2) DATOS COMPLEMENTARIOS PARA MARCAS DIVISIONALES Y TRANSFORMADAS EXP. ORIGEN: NÚMERO: F. SOLICITUD: F. PRIORIDAD: F. CONCESIÓN: DIVISIÓN Nº: DE CLASES:		
1. DATOS DEL SOLICITANTE		
(3) SOLICITANTE: APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL		NOMBRE
		D.N.I./N.I.F.
		CNAE
		PYME
		<input type="checkbox"/> Sigue en página anexa
(4) ESTADO NACIONALIDAD DEL SOLICITANTE	ESTADO DE RESIDENCIA DEL SOLICITANTE	ESTADO DE ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE
(5) DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO ETC.	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA
		PAÍS
(6) DIRECCIÓN NOTIFICACIONES: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC.	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA
		PAÍS
(7) DIRECCIÓN CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	Nº TELÉFONO	INDICACIÓN DEL MEDIO DE NOTIFICACIÓN PREFERENTE
		<input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO <input type="checkbox"/> CORREO
(8) INDICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE SITO EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN:		
2. DATOS DEL REPRESENTANTE		
(9) REPRESENTACIÓN:		
<input type="checkbox"/> EL SOLICITANTE NO ESTÁ REPRESENTADO	EL SOLICITANTE ESTÁ REPRESENTADO POR:	<input type="checkbox"/> AGENTE PROPIEDAD INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> EMPLEADO DE LA EMPRESA <input type="checkbox"/> OTRO REPRESENTANTE
(10) APELLIDOS DEL REPRESENTANTE (Y Nº DE COLEGIADO, SI FUERA AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL)	NOMBRE	CÓD. AGENTE P.I./N.I.F.
3. ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN Y FIRMAS		
(11) ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:		FIRMA DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE
<input type="checkbox"/> REPRODUCCIÓN DE LA MARCA <input type="checkbox"/> CERTIFICADO PRIORIDAD UNIONISTA <input type="checkbox"/> PODER DEL REPRESENTANTE <input type="checkbox"/> TRADUCCIÓN CERTIFICADO DE PRIORIDAD <input type="checkbox"/> JUSTIFICANTE PAGO TASA SOLICITUD <input type="checkbox"/> CERTIFICADO PRIORIDAD EXPOSICIÓN <input type="checkbox"/> JUSTIFICANTE PAGO TASA PRIORIDAD <input type="checkbox"/> TRADUCCIÓN CERTIFICADO P. EXPOSICIÓN <input type="checkbox"/> REGLAMENTO DE USO <input type="checkbox"/> INFORME <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		(12) NÚMERO DE PÁGINAS DE SOLICITUD:
		FIRMA DEL FUNCIONARIO
		CONFIRMACIÓN Nº PÁGINAS FUNCIONARIO

NO CUMPLIMENTAR LOS REFLUJOS

2. DATOS DEL REPRESENTANTE (CONTINUACIÓN)			
(13) DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA	PAÍS
(14) DIRECCIÓN CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE		Nº TELÉFONO	INDICACIÓN DEL MEDIO DE NOTIFICACIÓN PREFERENTE <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO <input type="checkbox"/> CORREO
(15) INDICACIÓN DE LA SUCURSAL DEL REPRESENTANTE SITA EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN			
(16) ACREDITACIÓN DEL PODER DE REPRESENTACIÓN: <input type="checkbox"/> EL PODER SE APORTA CON ESTA SOLICITUD <input type="checkbox"/> EL PODER SE APORTARÁ EN SU MOMENTO <input type="checkbox"/> EL PODER OBRA EN EL EXPEDIENTE Nº : _____ <input type="checkbox"/> REPRESENTANTE CON PODER GENERAL Nº : _____			
4. REPRODUCCIÓN Y DATOS DE LA MARCA			
(17) TIPO DE DISTINTIVO: <input type="checkbox"/> DENOMINATIVO <input type="checkbox"/> FIGURATIVO <input type="checkbox"/> TRIDIMENSIONAL <input type="checkbox"/> SONORO <input type="checkbox"/> MOVIMIENTO <input type="checkbox"/> HOLOGRAMA <input type="checkbox"/> POSICIÓN <input type="checkbox"/> PATRON <input type="checkbox"/> COLOR <input type="checkbox"/> MULTIMEDIA <input type="checkbox"/> OTROS			
(18) DENOMINACIÓN (Indíquense los elementos denominativos que contenga el distintivo).			
(19) REIVINDICACIÓN DEL COLOR COMO CARACTERÍSTICA DISTINTIVA. (Sólo rellenar para marcas formadas EXCLUSIVAMENTE por uno o varios colores sin contorno. Se podrán indicar también los colores para otros tipos de marca. Ver ayuda.) SE REIVINDICAN LOS SIGUIENTES COLORES: <input type="checkbox"/>			
(20) DECLARACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA MARCA SOBRE LOS QUE NO SE REIVINDICA UN DERECHO EXCLUSIVO DE UTILIZACIÓN (FACULTATIVA).			
(21) DESCRIPCIÓN ESCRITA DE LA MARCA (FACULTATIVA) (Solo se recomienda rellenar este apartado cuando el distintivo insertado sea especialmente complejo o cuando contenga letras o leyendas de lectura no clara o unívoca. Véase texto de ayuda).			
(22) REIVINDICACIÓN CARÁCTER DISTINTIVO POR EL USO. [Sólo MARCAR cuando el distintivo esté formado esencialmente por elementos genéricos, usuales o descriptivos (incursos en las prohibiciones de las letras d), c) y d) del artículo 5.1) que hayan adquirido carácter distintivo por el uso. Deberán aportarse pruebas de este extremo]. SE REIVINDICA ADQUISICIÓN DE CARÁCTER DISTINTIVO POR EL USO <input type="checkbox"/>			

(23) DISTINTIVO

5. LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

CLASE	(24) PRODUCTOS Y SERVICIOS
	

6. REIVINDICACION DE PRIORIDAD UNIONISTA

(25) PAÍS (U OFICINA) DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD ANTERIOR		FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD ANTERIOR	NÚMERO DE LA SOLICITUD ANTERIOR
(26) TIPO DE PRIORIDAD REIVINDICADA			
<input type="checkbox"/> PRIORIDAD TOTAL Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para todos los productos y servicios de la presente solicitud de marca.		<input type="checkbox"/> PRIORIDAD PARCIAL Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para parte de los productos y servicios de la presente solicitud de marca. En este caso, deberá cumplimentarse la tabla reseñada más abajo de "lista de productos y servicios para los que se reivindica la prioridad".	<input type="checkbox"/> PRIORIDAD MÚLTIPLE Márquese este recuadro si se reivindica prioridad de más de una solicitud anterior. En este caso, deberá utilizarse una página como ésta para cada prioridad reivindicada y cumplimentarse, si procede, la tabla de "lista de productos y servicios para los que se reivindica la prioridad".
(27) LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LOS QUE SE REIVINDICA LA PRIORIDAD (Sólo para el caso de reivindicación de prioridad parcial).			
CLASE	PRODUCTOS Y SERVICIOS		
(28) DOCUMENTOS JUSTIFICATIVOS DE LA PRIORIDAD REIVINDICADA			
COPIA CERTIFICADA DE LA SOLICITUD ANTERIOR		TRADUCCIÓN DE LA COPIA CERTIFICADA SI NO ESTUVIERA EN CASTELLANO	
<input type="checkbox"/> SE ACOMPAÑA CON LA PRESENTE SOLICITUD. <input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES.		<input type="checkbox"/> SE ACOMPAÑA CON LA PRESENTE SOLICITUD. <input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES.	

7. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD DE EXPOSICIÓN

(29) NOMBRE DE LA EXPOSICIÓN		FECHA PRIMERA PRESENTACIÓN EN LA EXPOSICIÓN	CIUDAD Y PAÍS DE LA EXPOSICIÓN
(30) TIPO DE PRIORIDAD REIVINDICADA			
<input type="checkbox"/> PRIORIDAD TOTAL Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para todos los productos y servicios de la presente solicitud de marca.		<input type="checkbox"/> PRIORIDAD PARCIAL Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para parte de los productos y servicios de la presente solicitud de marca. En este caso, deberá cumplimentarse la tabla reseñada más abajo de "lista de productos y servicios para los que se reivindica la prioridad".	<input type="checkbox"/> PRIORIDAD MÚLTIPLE Márquese este recuadro si se reivindica prioridad de más de una solicitud anterior. En este caso, deberá utilizarse una página como ésta para cada prioridad reivindicada y cumplimentarse, si procede, la tabla de "lista de productos y servicios para los que se reivindica la prioridad".
(31) LISTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LOS QUE SE REIVINDICA LA PRIORIDAD (Sólo para el caso de reivindicación de prioridad parcial).			
CLASE	PRODUCTOS Y SERVICIOS		
(32) DOCUMENTOS JUSTIFICATIVOS DE LA PRIORIDAD REIVINDICADA			
COPIA CERTIFICADA DE LA SOLICITUD ANTERIOR		TRADUCCIÓN DE LA COPIA CERTIFICADA SI NO ESTUVIERA EN CASTELLANO	
<input type="checkbox"/> SE ACOMPAÑA CON LA PRESENTE SOLICITUD. <input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES.		<input type="checkbox"/> SE ACOMPAÑA CON LA PRESENTE SOLICITUD. <input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES.	

