



► La Universitat Jaume I (UJI), donde se ubican laboratorios como el de la imagen, generan también patentes a través de sus investigaciones.

**BALANCE DEL 2019 DE LA AGENCIA DE PATENTES**

# Las empresas de Castellón registran más de una nueva marca al día

► Son un total de 440 en el último año, 45 más que en el ejercicio del 2018

► El dinamismo en la creación de nuevas firmas es una de las razones del aumento

**MARIBEL AMORIZA**  
mamoriza@epmediterraneo.com  
CASTELLÓN

Aún no son las grandes cifras de los años previos a la crisis económica que, probablemente, son irrepetibles, pero el dinamismo del tejido empresarial castellanense ha hecho que la provincia cree más de una marca al día en el 2019. Según el balance de la Agencia Española de Patentes y Marcas (AEPD), el total de enseñanzas ha sido de 440, lo que representa el 11,3% más que el ejercicio precedente, cuando el dato fue de 45 menos (395).

Además, en lo que se refiere a los nombres comerciales, el que las firmas dan a sus negocios para su salida al mercado, la progresión al alza ha sido mucho mayor, ya que ha han pasado de 96 a 119, lo que supone un incremento del 24%. Solo se detecta una tendencia a la baja, no muy intensa, en el caso de las solicitudes de patentes (de 20 a 16), ya que los expedientes de diseños industriales también aumentan, si bien muy suavemente (de 16 a 19).

En ambos supuestos se trata de procesos mucho más complejos que el del registro de una marca o un nombre comercial, lo que

## los números

► La provincia de Castellón registró en el 2019 una cifra de 440 marcas, con una tendencia de crecimiento que afecta también a nombres comerciales.

**MARCAS**  
**440**

**NOMBRES**  
**119**

**DISEÑOS**  
**19**

explica la sustancial diferencia en volumen entre unas y otras cifras, siempre según la OEPM.

El director gerente de Cámara Castellón, Javier Valls, relaciona el aumento de marcas y nombres comerciales en la provincia con el alza que se ha dado también en la creación de empresas.

Explica que lo recomendable y lo habitual es registrar la denominación de la empresa y de las líneas de productos, entre otras cosas, para evitar problemas legales o que otra compañía previamente establecida pueda reclamar la propiedad de la enseña.

De hecho, cuando se solicita un registro, explica Valls, hay un periodo de alegaciones hasta asegurarse de que no existe otro igual. Aunque las peticiones se presentan ante la AEPD, Cámara Castellón informa sobre todos los trámites a realizar y la documentación que hay que aportar. ≡

## La ley de protección de datos personales cumple un año sin una aplicación exhaustiva

► La actual ley de protección de datos personales, que cuenta con poco más de un año de vida, generó muchas expectativas e introdujo cambios hacia un mayor control de la información personal sin que aún se entienda como exhaustiva su aplicación. La encargada del cumplimiento de la norma, la Agencia Española de Protección de Da-

tos (AEPD) ha elevado en cierto modo la severidad de sus actuaciones, de modo que, frente a unos primeros meses de apercebimientos y actuaciones más bien pedagógicas, ha aumentado ostensiblemente el número de sanciones por incumplimientos, aunque los expertos apuntan a que queda recorrido para una aplicación masiva.

## PRECIO Y DATOS

# Un coste de entre 81 y 147 euros para España

**M. A. C.**  
CASTELLÓN

Registrar una marca no es especialmente caro, al menos si se pretende proteger la elegida en el mercado nacional, donde las categorías básicas oscilan entre 81 y 147 euros para este año 2020, según informa la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

La marca es lo que diferencia a los productos que distribuye la empresa de los que fabrica o produce la competencia, al margen del nombre comercial y de su razón social. Las empresas suelen optar por registrar su enseña en el registro de la OEPM. Para ello, deben presentar una solicitud debidamente cumplimentada. Debe incluir los datos identificativos del solicitante con su

DNI o CIF y si es una persona física o jurídica. Junto a la petición deberá ir un documento que justifique por qué se quiere proteger la marca, la identificación y firma del solicitante, así como una representación de lo que se va a

## La documentación para solicitar la protección debe ser muy detallada y específica en cada caso

solicitar y una explicación sobre los productos o servicios a los que se aplicará. También hay que especificar si el trámite es para un producto, un servicio, o bien un nombre comercial. ≡