

ANNEX



info quiniela



ANNEX

Obligació signada per la inversora durant la presentació del treball
23.05.2007.

OBLIGACION
Info Quiniela

Sociedad Limitada
Capital
10000 €

Emisión Única a 4 años con el tipo de interes 4.5 % anual

Informatico  Ganador de la subasta
Contable 
Creditora 
Marketing 





“Part Publicitat”:

1. <http://www.alta-en-buscadores.biz>

- No compromís: Aquest servei es basa en la no existència de compromís ni obligacions per cap de les parts: si no aconseguim els nostres objectius, no li cobrem (excepte la quota d'alta). No existeix cap tipus d'avenç, ni fiança. Si Vè. desitja cancel·lar en qualsevol moment la seva relació amb nosaltres, simplement comunicu'ns-el per email, i li confirmarem igualment per email la tramitació de la mateixa. La baixa serà efectiva el primer dia del mes següent a la seva comunicació.
- No Responsabilitat: L'essència d'aquest servei és la no existència de compromisos ni responsabilitats per cap de les parts, pel que declinem qualsevol responsabilitat derivada que un cercador decideixi no incloure en els seus resultats la pàgina registrada, o bé anul·lar el registre o registres existents en el mateix. Així mateix no ens responsabilitzem dels continguts que les pàgines dels nostres clients puguin incloure, ja que encara que les pàgines a registrar són classificades per a evitar el seu registre en cercadors que marquen determinades limitacions (pàgines personals, pàgines amb contingut pornogràfic, pàgines en idiomes no permesos, etc.), no són revisades per a esbrinar si el contingut és il·legal (pornografia infantil, incitació a la violència, racisme, etc.).

© alta-en-cercadors.biz - Tots els drets reservats.

2. <http://www.davilac.es/posicionamiento/planes/>

	Básico	Profesional	Comercial	Avanzado	Superior	Oro
Coste mensual	250 €	300€	400 €	500 €	700 €	+1000 €
Resultados garantizados	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Keywords principales	3	5	10	Ilimitadas*	Ilimitadas*	Ilimitadas*
Keywords secundarias	5	15	25	Ilimitadas*	Ilimitadas*	Ilimitadas*
Informe mensual	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Consultoría SEO	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Soporte via email	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Soporte via chat	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Soporte telefónico	✗	✗	✓	✓	✓	✓
Descuentos por volumen	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Optimización de tráfico	✗	✗	✓	✓	✓	✓

- 3. http://www.posicionamientoweb.com/lista_de_buscadores_espanoles.html

>> LISTA DE BUSCADORES ESPAÑA 

Abacho	Ale Go!	Altavista
Apali!	Biwe	Buscador Español
Buscapique	Canarias24	Comoestamos
EnlaWeb	Euskaraz	Galicia City
Garrotxa	Gomera	Google
Gran Canaria Info	Hispavista	Jopinet
Kaixo!	La Tecla	Open Directory Project
MavicaNet		Pais Vasco
SOL	Som-hi!	Telepolis
Ugabula	Úlos?	Ultracosta
Vigonet	Vieiros	Vindio
Telepolis	Yahoo!	

- 4. <http://www.altas-buscadores.com/>



PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO WEB EN LOS BUSCADORES

Hacemos eficaz su negocio en internet

POSICIONAMIENTO | CLIENTES | META - TAGS | CONTACTAR

Servicios

- # Posicionamiento en buscadores
- # Alta manual
- # Alta Avanzada
- # Clientes en 15 min
- # Otros servicios de posicionamiento
- # Enlaces Patrocinados
- # Distribuidores
- # Inicio - Home

Un buen posicionamiento web en los buscadores incrementa notablemente sus visitas y sus ventas

"Diferentes estudios demuestran que es mucho mas probable que los clientes compren productos o servicio como resultado de encontrar la web entre los resultados de los buscadores que a través de cualquier publicidad."

"Mas del 80% de los usuarios usan los buscadores para encontrar información sobre productos y servicios antes de comprarlos"

No es suficiente el tener una web, si no estas en los buscadores eres invisible a la mayoría de la gente por lo que no puede dejar pasar la oportunidad que representa un buen posicionamiento en los buscadores.

Altas-Buscadores.com le ofrecemos la posibilidad mejorar de manera notable los resultados de su web, incrementando las visitas y por tanto las ventas.

- # Alta en directorios
- # Diseño web

NOTICIAS

- # Altas-buscadores.com en SEMPO España
- # OME Online Marketing España
- # Altas-Buscadores.com finalista otra vez en un concurso de posicionamiento
- # Los buscadores como puerta de acceso a la Sociedad de la

5. Notícies dels diaris més confiabls sobre l'oferta de Microsoft a Yahoo!

<http://www.eleconomista.es>

Pagina web oficial del periòdic "El Economista":

- <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207579/05/07/Yahoo-se-dispara-en-la-apertura-un-16-por-rumores-de-compra-por-Microsoft.html> Nova York, 4 maig (EFECOM).- Les accions de Yahoo van iniciar la sessió en el mercat tecnològic Nasdaq amb una fortíssima pujada superior al 16 per cent, a causa de la possibilitat, recollida per diversos mitjans, que pugui ser comprada per Microsoft. ALS cinc minuts de l'obertura del mercat tecnològic Nasdaq, el cercador d'internet es revaloritzava un 16,47 per cent, fins a 32,82 dòlars, mentre que els títols de Microsoft descendien un 1,84 per cent fins a 30,40 dòlars. Segons informacions publicades per The Nova York Post i recollides més tard per The Wall Street Journal, Microsoft i Yahoo podrien estar negociant una aliança o fusió que els permetés enfortir-se en el mercat de la publicitat on-line. D'aquesta manera, podrien competir amb Google, empresa que està guanyant terré a marxés forçades amb les últimes adquisicions. Recentment, Google va arribar a un acord per a comprar l'empresa de publicitat on-line DoubleClick per 3.100 milions de dòlars, el que suposa la major compra de la seva història. Amb la cotització de tancament d'ahir, Yahoo té una capitalització borsària de 38.000 milions de dòlars, encara que segons la informació publicada per The Post, en les converses s'estaria valorant l'empresa en 50.000 milions. Tant els responsables de Yahoo com els de Microsoft han negat de moment l'existència de converses. EFECOM

www.nypost.com

Pagina web oficial del periòdic " The New York Post":

- 4 de maig de 2007 -- Picat per la pèrdua d'Internet que anunciava DoubleClick ferma a Google el mes passat, Microsoft ha intensificat la seva recerca d'un repartiment amb Yahoo! , demanant que la companyia torni a entrar negociacions formals, el pal ha après. Mentre que Microsoft i Yahoo! han portat a terme negociacions informals del repartiment sobre els anys, les fonts diuen els senyals més últims de l'acostament una urgència en la peça de Microsoft que damunt de fins a aquest moment ha estat mancant. El nou acostament segueix una oferta Microsoft fet per a adquirir Yahoo! fa uns mesos, fonts aquestes. Però Yahoo! va menysprear els avanços del Redmond, bugada. - gegant basat del programari. Les fonts de Wall Street van posar aspre una etiqueta de preu \$50 mil milions en Yahoo!. "Estan aconseguint cansades de ser anat en l'altar," la una font que disposa aquesta que ha tingut recentment negociacions amb Microsoft. "Se semblen més amatents ara a ampliar-se via una transacció per a aconseguir en el joc." Part de la raó d'això és perquè Google guarda el parany de Microsoft en el front del repartiment, batent cap a fora a la companyia en DoubleClick no just, però també per a una recerca renovada que anuncia pacte amb AOL en 2005 que Microsoft lusted després. Per altra banda, amb Google desenvolupant el programari Internet-basat que competeix directament amb Microsoft Office, Microsoft dit les fonts no té cap opció però anar en l'ofensiva. "El minut escoltes el començament de Microsoft que discuteix contra alguna cosa en els arguments anticompetitius, tu saps que siguin desesperades i necessitat fer una mica gran," una font aquesta. Microsoft dit les fonts està treballant amb Goldman Sachs. Les notícies de l'acostament més últim de Microsoft vénen com Yahoo! 'la nova recerca de s que anuncia el projecte Panamà de la plataforma és l'aconseguir just de la terra. La plataforma esperada des de fa molt temps va fixar resultats decebedors del primer trimestre, però les fonts van dir que era més una funció de comparances difícils al període anterior de l'any i menys una mostra que el sistema no treballava. Que dita, altra cambra o dues de resultats similars i de inversionistas va poder començar a renovar les cridades per a una venda o per al

CEO Terry Semel para reduir. Com ara està parat, un repartiment entre Microsoft i Yahoo! pujaria la part de societats combinada de la recerca tot-important que anuncia el mercat a 27 per cent contra 65 per cent de Google. També enangostaria el boquete en anuncis en línia totals amb Google a tot just 13 per cent. Más importantemente, un repartiment crearia el que va descriure una font com “la força dominant en l'Internet” en termes de globus oculars. Això és una consideració important doncs els fluxos cada vegada més contents en línia - com les equacions va, calcula visualment la publicitat igual. Microsoft i Yahoo! també oferir les ofrenes elogiosas en el costat content, amb MSN dibuixant a una més vella audiència amb les teves notícies s'enfoquen. Per contra, Yahoo! atreu un demogràfic més jove amb la seva cobertura de l'hospitalitat. A part d'estalvis de cost, un repartiment també crearia oportunitats d'utilitzar Yahoo! acontentar en els dispositius de Microsoft, tals com fabricació de la música proporcionada exclusivament a Yahoo! Música disponible en el jugador de la consola del joc de Xbox de Microsoft i de la música de Zune.

www.wsj.com

Pagina web oficial del periòdic “The Wall Street Journal”:

- Les negociacions recents entre l'excedent de Microsoft Corp. i de Yahoo Inc. com congregat juntes traïxen malestar d'augment en l'excedent de Microsoft com competir amb Google Inc. i aconseguir en pas amb el mercat d'en línia-publicitat que creix. Microsoft i Yahoo van discutir la fusió possible o l'altre partit que aparearien les seves forces respectives, gent de l'opinió al corrent de la situació. Les discussions de la fusió són no més actives, aquesta gent diu, però aquesta no impossibilita a dues companyies d'una certa altra forma de cooperació. El que el resultat, divisió en línia de Microsoft podria dirigir cap a una commoció, gent de l'opinió al corrent de la situació. La falta pel Redmond, Washington, companyia de fer un progrés millor contra Google en recerca de l'Internet, va combinar amb Microsoft que perdia un repartiment a Google el mes passat per a comprar l'en línia-publicitat de l'especialista DoubleClick, ha estimulat a executiu Steve Ballmer de Microsoft considerar la nova acció, aquesta gent diu. La frustració de Sr. Ballmer amb el progrés del grup ha estat “palpable,” va dir a persona al corrent de la companyia. Entre Sr. Ballmer les opcions estan instal·lant a nova gerència al grup en línia, un arranjamet que Microsoft té d'ús freqüent en el passat. També, unificant ara-separar a grups és una opció. Actualment, els serveis del grup en línia de Microsoft i la tecnologia que és la base d'ells són manejats per diversos presidents, un arranjamet que alguns en el grup diguin obstaculitza la seva capacitat de competir més amb eficàcia. Altra opció per a Microsoft és formar una societat amb Yahoo. Les dues companyies havien treballat juntes abans; Yahoo va proveir prèviament de Microsoft tecnologia i la publicitat de la recerca. Microsoft va interrompre aquesta relació l'any passat, com ella va posar en fase en el seu propi sistema de l'en línia-anunci, que té encara atreure una massa crítica de publicistes. Les dues companyies també van explorar la idea de combinar per a formar a un major competidor a Google fa un any, encara que aquestes negociacions van conduir enlloc. Per a ara, Yahoo no apareix interessat en un repartiment important amb Microsoft, gent de l'opinió al corrent de la situació. El Sunnyvale, Califòrnia, curs de la companyia de l'Internet pot dependre en gran part d'una nova millora de l'anunci-sistema, cridada el projecte “Panamá,” que retarda crítiques l'any passat incitades de inversionistas i altres que van ser dirigides cap a la gerència de la companyia. Panamá ara està funcionant, i Yahoo dit recentment que espera que el sistema contribueixi al seu rèdit, començant aquesta cambra. Els portaveus de Microsoft i de Yahoo van declinar comentar. Les negociacions recents entre les companyies van ser divulgades en el pal divendres de Nova York. No obstant això, Microsoft té mestratge tècnic que va poder beneficiar Yahoo. Sota un panorama possible, Microsoft podria manejar la plataforma i la infraestructura tècniques de les activitats combinades de societats de l'Internet, mentre que el personal actual de Yahoo podria supervisar les peces del consumidor dels negocis, tals com notícies de Yahoo, finances i email. Yahoo és un dels Web més populars del món, atraient a milions de consumidors al dia als serveis, que alternadament atreuen publicistes. Mentre que Yahoo està plantant cara a la competició creixent de vendre els publicistes gràfic-exhibeixen anuncis, tals com

banderes, que han estat el seu pa i mantega, la companyia han demostrat recentment mostres de l'ímpetu. Yahoo ha signat llocs del soci per a dur els anuncis que ell els corredors, incloent 12 companyies periòdic-que publiquen que representen més de 264 periòdics, i el portal del Web de Comcast Corp. El dilluns, va anunciar un repartiment \$680 milions per a comprar el 80% de l'operador la Right Mitja Inc. de l'intercanvi de l'en línia-anunci que no va posseir ja. Si es restableixen les negociacions de fusió, si Microsoft i Yahoo podrien arribar a unes restes de l'acord tant d'una pregunta com va fer fa un any, quan són similars les negociacions van acabar poc concloent. Microsoft ha dirigit sempre clarament d'adquisicions grans. Yahoo té prop de 11.700 empleats i a principis d'aquesta setmana tenia un valor comercial de prop de \$38 mil milions. Les parts de Yahoo van afluixar \$2.80, o 9.9%, a \$30.98 a negociar compost de la borsa del Nasdaq 4 de la tarda en les notícies de les negociacions, aixecant el valor comercial de la companyia a al voltant \$42 mil milions divendres. Les parts de Microsoft van caure 41 centaus a \$30.56 en el Nasdaq. Curt d'una fusió a l'engròs, Microsoft podia fer girar al seu grup en línia en per separat un funcionament Yahoo en canvi d'una estaca de Yahoo. Amb tot rematar els executius de Yahoo podria ser un obstacle gran a qualsevol repartiment. Creuen que han trobat l'estratègia dreita i que són curiosos de qualsevol combinació amb Microsoft, per al qual les activitats de l'Internet segueixen sent solament una part petita del seu negoci, diuen a una persona al corrent de la matèria. El personal superior de Yahoo va poder anar-se si Microsoft va adquirir a companyia i va accionar concedir de les seves opcions de Yahoo. Qualsevol integració de les dues operacions de societats també seria una perspectiva desalentadora. Yahoo aquests últims anys ha plantat cara a la crítica, incloent de dintre, que ha estat lent i no ha sostingut executius responsables de degradació de les prestacions. Va millorar la seva estructura corporativa i va barrejar executius al desembre, en una resposta evident.

CUENTO DE LA CINTA

Aunque los enanos Yahoo y Google de Microsoft, una porción pequeña del negocio del gigante del software vienen del Internet.

	Microsoft	YAHOO!	Google
Valor comercial (5/3/07)	\$296 mil millones	\$38 mil millones	\$147 mil millones
Empleados	76,500	11,700	12,200
Rédito fiscal 2006	\$44.28 mil millones	\$6.43 mil millones	\$10.6 mil millones
2006 anuncio en línea Revenue*	\$2.29 mil millones	\$4.56 mil millones	\$7.3 mil millones
Jefaturas	Redmond, Washington.	Sunnyvale, California.	Mountain View, Calif.
El año fundó	1975	1994	1998

La división de MSN de Microsoft de los *Reflects y excluye a comisiones de la comercialización para Yahoo y Google.

Fuente: investigación de WSJ.com

Búsquedas realizadas durante el mes de Marzo 2007

Número	Palabra de búsqueda
--------	---------------------

17920	quiniela
1515	pronostico quiniela
1502	quiniela de futbol
1399	resultado quiniela
568	programa de quinielas
508	quiniela nacional
472	quiniela marca
443	quiniela matutina
435	quiniela pronosticos
317	quiniela de la jornada
304	pena quinielas
283	futbol quiniela
277	quinielas apuestas loterias
270	boleto de quinielas
263	comprobar quiniela
262	quiniela reducida
224	la quiniela 1x2
216	quiniela argentina
197	quiniela online
179	quiniela com

6. Google AdWords:

<https://adwords.google.com/select/Login?hl=es>

Más información sobre AdWords.

Funcionamiento

[La clave del éxito](#)

[Costes y pagos](#)

[Para empresas locales](#)

[Casos prácticos de éxito](#)

Usted crea sus propios anuncios.

Usted crea los anuncios y elige las palabras clave, es decir, aquellas palabras o frases relacionadas con su empresa.

[Consejos e ideas sobre palabras clave](#)

Sus anuncios aparecen en Google.

Cuando los usuarios realizan en Google una búsqueda tecleando una de sus palabras clave, su anuncio puede aparecer junto a los resultados de la búsqueda. Consecuentemente, su publicidad está dirigida únicamente a un público receptivo e interesado en usted.

Consigue captar clientes.

Los usuarios pueden hacer clic en su anuncio para realizar una compra o para obtener más información sobre su empresa. Así de sencillo.

[Regístrese ahora](#) | [Siguiente tema »](#)



Las *palabras clave* son lo que los usuarios buscan en Google.



Su *anuncio* aparece junto a los resultados de búsqueda más importantes.

ADSENSE per a contingut: els anuncis estan estrictament relacionats amb el contingut de la pàgina.

Powered By VIDEO Egg

Ads by Google
[Greece Travel](#)
[Media Player](#)
[Guam Travel](#)
[Panama Travel](#)
[Egypt Travel](#)
 Ads by Goooooogle

Cheap Tickets
 The Refreshingly Simple, Low Priced Way To Travel - Save Now!
[www.CheapTickets.com](#)

Greece Singles Vacation
 Experience The Beauty Of Crete Start Your Vacation Today!
[www.club1travel.com](#)

Airfare Discount Travel
 Orbitz Offers Flights From Over 400 Airlines! Compare and Save - Orbitz
 Ads by Goooooogle

Travel Greece
 Lower Hotel Rates, Photos & Reviews Find Great Deals with Yahoo! Travel
 Advertise on this site

Make Money With Video

ADSENSE per a recerca:

dvd Búsqueda

Ads by Google See your message here...

Your Searched DVD for FT
[www.dvd4you.co.uk](#) LOTR 3, Paycheck, 21 Grams, Cat In A Hat, Monster, Big Fish, Try Us!

Columbia House - 49¢ DVDs
[www.couponsanddeals.com](#) 5 DVD for 49¢ ea. at Columbia House Huge Selection and More. affiliate

Columbia House - DVD Club
[www.ColumbiaHouse.com](#) 7 DVD's plus Free Shipping Special! Risk Free trial today! affiliate

Searched the web for dvd Results 1 - 10 of about 82,900,000 Search took 8.32 seconds

DVD FAQ
 The official DVD FAQ (Frequently Asked Questions about DVD) of the Internet DVD newsgroups. The most comprehensive source of DVD ...
[www.dvdemystified.com/dvdfaq.html](#) - Jun 1, 2004 - Similar pages

DVD Empire - Home
 DVD Empire.com Home Log On Bestsellers New & Future Releases Preorders Reviews Partners Adult DVDs, Search: ... Rabid, \$19.49 TV on DVD, More >> ...
[www.dvdempire.com/](#) - May 31, 2004 - Similar pages

Quando los usuarios realizan búsquedas desde su sitio web, las páginas de resultados contienen anuncios. Usted cobrará si los usuarios hacen clic en ellos.

La notícia més actual sobre aquest apartat, en aquest cas, presentada per "Cinco Dias":

Cinco Días Martes 17 de abril de 2007

Microsoft exige revisar la compra de DoubleClick para evitar el monopolio de Google

CINCO DÍAS *Madrid*

Algunos de los grandes competidores de Google, entre los que figuran Microsoft, AT&T y Time Warner, han criticado la compra de DoubleClick por parte del gigante de internet, que va a pagar 3.100 millones de dólares (cerca de 2.400 millones de euros).

Brad Smith, vicepresidente y secretario del consejo de Microsoft, aseguró que la compra tendrá que ser revisada en profundidad por las autoridades reguladoras, para asegurar la competencia en el mercado de la

publicidad en internet. En una línea similar, Jim Ciccioni, responsable jurídico de AT&T, afirmó que Google podría hacerse con una posición dominante en este ámbito. También Time Warner, máxima accionista de AOL (de la que Google tiene un 5%), ha exigido a las autoridades que analicen la operación.

En medio de esta polémica, Google anunció ayer un acuerdo con Clear Channel, la mayor cadena de radio de EE UU, para la comercialización de publicidad de terceros en las emisoras pertenecientes al citado grupo.

València, Espanya –29 d'Agost 2003; els resultats de la 4ª Ciberencuesta de la Comunitat Virtual de Màrqueting

Models de participació en xarxa

JORNADA D'INNOVACIÓ ESTRATÈGICA
15/10/03

Resultados de la 4ª Ciberencuesta de Comercio Electrónico-
El Perfil y Comportamiento de Ciberconsumidor Hispano
Comunidad Virtual de Marketing

Los ciberconsumidores españoles utilizan masivamente los buscadores

(Valencia, España –29 de Agosto 2003) - **Los ciberconsumidores españoles utilizan masivamente los buscadores (76%)** para localizar los comercios donde realizan sus compras por Internet. Según lo anterior parece que se va consolidado la frase esa que dice "si una empresa no está en Google, es que no existe" al tiempo que cabe reflexionar acerca de la eficacia de los demás medios de promoción en Internet y la distancia que les separa de los citados buscadores.

A tenor de lo que indican **los resultados de la 4ª Ciberencuesta de la Comunidad Virtual de Marketing, muy por detrás de los buscadores están los portales temáticos (22%), banners (21%), el correo electrónico (15%),** anuncios en TV (14%), anuncios en prensa offline (11%), portales generalistas (11%) y foros web (10%). Destaca que, mientras se observa una cierta incidencia de la publicidad en banners, esta es por el contrario muy pequeña en el caso de otros formatos de anuncios como puedan ser los "botones", "rascacielos", pop-up windows.

De hecho, a la gran mayoría de usuarios (75,5%) le influye el diseño de la web a la hora de comprar. Ahora bien, de éstos, el 62% no sabe o no contesta qué es lo que le molesta en una web, mientras que, de los que sí contestan, a un 15% le molestan los pop-up, a un 10% el Flash, a un 10% el diseño poco agradable, a un 7% que le pidan registrarse, a un 3% las cookies, y a un 29% le molesta todo lo anteriormente mencionado.

Del mismo modo que en las tres anteriores ediciones, los usuarios que voluntariamente han cumplimentado una exhaustiva ciberencuesta que se encontraba en <http://www.mixmarketing-online.com> durante los meses de febrero y marzo del presente año, **la Tienda Especializada Virtual es, con diferencia, el tipo de comercio en la Red más utilizado en las compras (66%),** seguido de la tienda directa virtual del fabricante (25%), el gran almacén virtual (16%), las subastas online (14%) y el super o hipermercado virtual (12%).

En la misma línea, los artículos más comprados son libros, adquiridos por el 40% de los compradores. Le siguen el Hardware (30%), entradas a espectáculos (28%), billetes avión/tren (28%), Software (27%), contratación de dominios (27%) y discos (24%). Los artículos menos mencionados son la lencería, los servicios eróticos, donaciones a ONG y suscripciones a Ezines (Boletines Electrónicos) y revistas digitales que se adquieren principalmente en España.

http://www.mixmarketing-online.com/comercio_electronico.html



4ª Ciberencuesta de Comercio Electrónico

HISPALAB
INTERNET

Models de participació en xarxa

JORNADA D'INNOVACIÓ ESTRATÈGICA
15/10/03

El lugar más preferido para hacer las compras es desde casa (69%), seguido por el lugar de trabajo (17%), mientras que son pocos los que prefieren un centro de estudios, un cibercafé u otro lugar. También hay un 12% al que le es indiferente el lugar. Esto va unido a que sea precisamente **la comodidad la principal motivación para comprar por Internet (64%)**. De lejos le siguen el poder encontrar cosas que no hay en la ciudad del encuestado (25%) y el encontrar mejor precio (21%).

A la hora de comprar a través de la Red, el hecho de conocer la empresa fuera de la Red influye dependiendo de la compra para un 40,5%. Sí que influye para un 48,6% (mucho para un 31,2% y poco para un 17,4%). Y no tiene influencia para un 10,6%. Y en cualquiera de los casos, **el ciberconsumidor continua prefiriendo como medios de pago la tarjeta VISA (70%) y el contrarreembolso (43%)**.

A la inmensa mayoría (93%) el producto le llegó en perfectas condiciones. En cuanto a la posibilidad de devolución, hay más división. Un 44% podía devolverlo (un 25% dentro de un plazo y un 19% pagando los gastos), un 24% dependiendo del producto, y un 18% no podía devolverlo. Además, al 69% le ofrecieron una factura correcta. Un 42% cree que se ahorró dinero al comprar por Internet, mientras que un 18% cree que no, y un 24% dice que unas veces sí y otras no. Además hay un 15% que no lo ha pensado o no le importa.

El 73% confía en la seguridad de las compras por Internet, mientras que un 15% no. Parece haber una cierta relación entre estudios y confianza en Internet. Entre graduados confía un 59%, entre FPs un 64, y con más estudios se supera el 70%, siendo los diplomados los que más confían (79%).

El perfil de los ciberconsumidores

De un modo resumido puede afirmarse que los ciberconsumidores son hombres solteros y en menor medida casados, jóvenes, sin hijos, que no viven solos, de ciudades grandes y medias, con un alto nivel de estudios, un alto nivel tecnológico (y seguramente un nivel económico medio-alto) que llevan ya varios años utilizando Internet, a la que hoy en día se conectan mediante ADSL o cable módem.

Con más detalle puede indicarse que **el 60% de los encuestados ha comprado alguna vez por Internet**. En cierta forma han utilizado este medio para comprar más los hombres que las mujeres: ha comprado un 63% de los hombres y un 53% de las mujeres encuestadas. Además, mientras que en el total de la muestra, los hombres representan al 71%, entre los compradores representan al 74,4%.

Se aprecia una ligera tendencia creciente en el porcentaje de cibercompradores conforme aumenta la edad, aunque esto podría estar relacionado con un aumento del poder adquisitivo al aumentar la edad.

2

http://www.mixmarketing-online.com/comercio_electronico.html



4ª Ciberencuesta de Comercio Electrónico
El Perfil del Ciberconsumidor Hispano

HISPALAB
INTERNET
BUSINESS

Models de participació en xarxa

JORNADA D'INNOVACIÓ ESTRATÈGICA
15/10/03

También ha usado más este medio de compra los casados (69%), que los solteros (55%). Esto está directamente relacionado con la edad (más jóvenes más solteros, más edad más casados) También han comprado en mayor proporción los que tienen hijos (64%) que los que no (58%). Seguramente también relacionado con la edad.

Por titulación los que han comprado en menor medida son los que tienen graduado o FP (51%), algo más los de BUP-COU (60%), más los diplomados o licenciados (62%), y más los que tienen dos carreras, doctorado o master (67%). O sea, más compras a mayor nivel de estudios. Aunque esta relación puede ser directa (por ejemplo por el nivel cultural y tecnológico que generan los estudios) o bien por influencia de una tercera variable (edad o poder adquisitivo por ejemplo).

Es menor el porcentaje de compradores en las poblaciones pequeñas (por ejemplo 38% en los de 5.000, 55% en los de 10.000, 49% en los de 50.000) que en los grandes (63% en las de medio millón, un millón o 5 millones; y de más del 75% en las de 3 y 4 millones). La explicación a este hecho puede estar por una parte a que en que en los pueblos a la gente le gusta salir a la calle a comprar como modo de relacionarse. Por otra porque las experiencias positivas de compra que su vez inducen a comprar se transmiten mejor en ambientes con mucha población usuaria de ordenadores. Por ejemplo, si en una oficina alguien cuenta que compra las entradas del cine por Internet, es muy probable que otros compañeros al poco tiempo comiencen a hacerlo también.

También se observa un mayor porcentaje de compradores cuando mayor es la antigüedad e Internet. Como resumen, entre 1 y 4 años han comprado el 54%, y los que llevan entre 5 y 8 años, un 65%.

En las tres provincias con más muestra (Valencia, Madrid y Barcelona) han comprado el 62% de los encuestados, porcentaje superior al del resto de provincias en su conjunto (un 55%). Entre las tres, han comprado más en Madrid (75%) que en Valencia (57%) y Barcelona (56%). Sin embargo, la mayor parte de estos compradores se podrían calificar de ocasionales. Si al 15% que sólo han comprado una vez le sumamos el 60% que compra de 1 a 4 veces al año, tenemos **un 75% de compradores ocasionales**, o que sólo recurren a Internet para casos muy concretos. Por el contrario tenemos un 22% de compradores habituales, que compran por lo menos una vez al mes. Sí hay una relación entre la antigüedad en Internet con el gasto en compras: **el gasto es mayor entre aquellos que tienen más experiencia en el uso de Internet.**

Como curiosidad de los resultados cabe apuntar que parece haber cierta tendencia de en las respuestas a sobredimensionar la población de su ciudad. Así, un 11% indican vivir en un municipio de 4 ó 5 millones de habitantes, cuando la ciudad más poblada de España, Madrid, no llega a los tres millones. En el cruce de este dato por provincias se ve que este 11% son de Madrid, Barcelona y Valencia. Igualmente, otros encuestados indican "3 millones" sin ser de Madrid, otros (de Barcelona, Valencia y Sevilla) indican "2 millones" cuando ninguna de las tres ciudades alcanza dicha

3

http://www.mixmarketing-online.com/comercio_electronico.html



4ª Ciberencuesta de Comercio Electrónico
El Perfil del Ciberconsumidor Hispano

HISPALAB
INTERNET
SERVICIO

Models de participació en xarxa

JORNADA D'INNOVACIÓ ESTRATÈGICA
15/10/03

población. Independientemente de esto, según los encuestados, el 60% vive en ciudades grandes (medio millón o más), un 21% viven en ciudades medias (25.000 a 100.000 habitantes) y un 11,5% en ciudades pequeñas (menos de 25.000).

Casi la totalidad (92.4%) tiene teléfono móvil, y un 17% tiene más de uno. Además, un alto porcentaje posee los gadgets propuestos. Un 64,5% tiene DVD, un 45% móvil con WAP/GRPS, un 38% cámara digital, un 38% ordenador portátil, un 27% TV por satélite, un 21% TV por cable, un 18% PDA y un 17% home cinema. Son por tanto personas con un alto nivel tecnológico, y ya que no hay ninguna pregunta directa sobre su renta, la posesión de este tipo de aparatos nos puede indicar que son de renta media-alta, siguiendo la tendencia de las anteriores ediciones entre las personas que sí que han comprado por Internet, que son las que aborda el presente estudio.

Cabe señalar por último que, aunque en total se recibieron del orden de 1500 cuestionarios online (a través del sitio web <http://www.mixmarketing-online.com>), los responsables de la tabulación de la muestra se han visto obligados este año a descartar las respuestas procedentes de países que no fueran España (hispanoamericanos, franceses e ingleses) por no disponer en país alguno de una cantidad de encuestas estadísticamente significativa.

En esta edición no se va a poder ofrecer una cifra del consumo medio anual a través de Internet porque se pidió que se respondiera en euros y numerosos cyberconsumidores han consignado una cifra en pesetas sin que haya modo de saber en algunas cantidades menores (por ejemplo, 1000) si se trata de 1000 euros o mil pesetas.

Esta es la **4ª Ciberencuesta sobre Comercio Electrónico** para determinar el **Perfil y Comportamiento del Cyberconsumidor Hispano** que se realiza desde Comunidad Virtual de Marketing. Dicha Comunidad fue fundada en 1996 por la especialista valenciana en Marketing e Internet, Mar Monsoriu, coordinadora de estas iniciativas.

Todos los profesionales y expertos (en programación, estadística, técnicas de investigación de mercado, comunicación, sociología, marketing, etc) que participan en este estudio lo hacen completamente **GRATIS** poniendo al servicio de la Comunidad Virtual su tiempo y sus conocimientos. Los resultados de las ciberencuestas no se venden, todos los años se hacen públicos gratuitamente porque el objetivo para todos los que apuestan por el Comercio Electrónico es conocer mejor la relación que con la Red tienen los consumidores hispanos y aprender a adecuarse a sus necesidades específicas.

Esta ciberencuesta, avalada por numerosos profesionales, se ha convertido en un estudio de referencia para determinar las pautas de comportamiento, los hábitos de consumo y, en definitiva, el perfil del Cyberconsumidor hispano. Desde la Comunidad Virtual de Marketing, cómo prueba de que se aboga por el Comercio Electrónico se ponen a disposición del público en general datos estadísticos de referencia con los que poder trabajar con seriedad.

4

http://www.mixmarketing-online.com/comercio_electronico.html



4ª Ciberencuesta de Comercio Electrónico
El Perfil del Cyberconsumidor Hispano

HISPALAB
IN INTERNET
BERNARD

Models de participació en xarxa

JORNADA D'INNOVACIÓ ESTRATÈGICA
15/10/03

Por supuesto, un año más esta iniciativa no habría sido posible sin la colaboración de todas aquellas personas que han rellenado la ciberencuesta. Internautas que de nuevo han decidido aportar un poco de su tiempo y además de responder han participado activamente añadiendo sugerencias y comentarios muy enriquecedores para el estudio en profundidad del comportamiento del consumidor de Comercio Electrónico. Desde la Comunidad Virtual de Marketing queremos darles las **GRACIAS** a todos y todas por su tiempo, generosidad y el buen talante de su participación.

Más información en:

http://www.mixmarketing-online.com/comercio_electronico.html

Si desea contactar con la responsable de la ciberencuesta puede hacerlo en:
Mar Monsoriu: bagheera@mixmarketing-online.com

5

http://www.mixmarketing-online.com/comercio_electronico.html



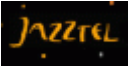





4ª Ciberencuesta de Comercio Electrónico
El Perfil del Ciberconsumidor Hispano

HISPALAB
INTERNET
SERVICES

Estudi de les millors ofertes de ADSL en el mercat:

Al crear la nostra pàgina web el bàsic que necessitem és la connexió a Internet. Existeixen moltes ofertes en el mercat nacional que tenen els seus avantatges i desavantatges comparatius. A partir d'aquí comencem el nostre estudi:

1.  : www.ya.com
 - Ofereixen: ADSL fins a 20 MB + trucades per 19,95 (primers 3 mesos) i 29,95 (després) (preu sense IVA).
 - Avantatge: possibilitat de contractar 1 telèfon Fix-Mòbil.
 - Desavantatge: segons l'experiència de molts companys el servei és molt regular ja que pots perdre la connexió i et segueixen cobrant.
2.  : www.tele2.com
 - Ofereixen: ADSL fins a 20 MB + trucades per 39,90 (sense IVA).
 - Avantatge: la factura única. No es paga a Telefònica per la línia.
 - Desavantatge: no se sap.
3.  : www.jazztel.com
 - Ofereixen: : fins a 20480 / 1024 Kbps per 29,95 €/mes(sense IVA) + Quota de lloguer de la línia de telèfon de Jazztel: 12,95 €/mes + IVA.
 - Avantatge: primera companyia a oferir serveis "ADSL 2+" i possibilitat de contractar TV per solo 1 € .
 - Desavantatge: molta burocràcia al donar alta.
4.  : www.orange.es
 - Ofereixen: fins a 20 Mb/1 Mb+ espai web100 Mb + antivirus. Per 30€(amb IVA)
 - Avantatge: sempre hi ha servei la gent no es queixa.
 - Desavantatge: no se sap.
5.  : www.ono.es
 - Ofereixen: telèfon-internet-TV per 45 € (sense IVA)
 - Avantatge: la seva pròpia xarxa de cables no hi ha quota per a Telefònica
 - Desavantatge: banda ampla de 4MB/300 kbps
6.  : www.telefonica.es
 - Ofereixen: ADSL 3Mb, Internet d'alta velocitat les 24 hores al dia, antivirus gratuït, un 100% de descompte en cridades metropolitanas, provincials i nacionals.
 - Avantatge: única factura
 - Desavantatge: el desavantatge clar és la velocitat. Quotes del Trio a només 9 €/mes fins al 30 de juny (resta de quotes a 52,90). Sense IVA.

Preu dels banners

Els dates facilitades per part d'una empresa que es dedica a ser la intermediari en el negoci dels banners.



País	Puedo Inscribirme?	Pago por Cheque	Pago por Transferencia bancaria	Pago por Moneybookers on	Avisos pagados por exposición	Avisos pagados por clic (Promedio de ganancias por clic - Máxima ganancia por clic)	Avisos pagados por Ventas	Avisos de Texto	Avisos Graficos
Alemania	✓		✓	✓		C.05 € - 0.92 €	✓	✓	✓
Australia	✓			✓		C.32 € - 1.28 €		✓	
Austria	✓		✓	✓			✓	✓	✓
Bélgica	✓		✓	✓		C.08 € - 1.44 €		✓	
Brasil	✓			✓				✓	
Canadá	✓			✓		C.05 € - 0.97 €		✓	
Dinamarca	✓		✓	✓			✓	✓	✓
España	✓		✓	✓		C.09 € - 1.28 €	✓	✓	✓
Estados Unidos	✓			✓		C.04 € - 0.97 €		✓	
Francia	✓	✓	✓	✓		C.09 € - 1.64 €	✓	✓	✓
Hong Kong	✓			✓			✓	✓	
India	✓			✓			✓	✓	
Irlanda	✓		✓	✓			✓	✓	✓
Italia	✓		✓	✓		C.08 € - 0.74 €	✓	✓	✓
México	✓			✓		0.06 € - 0.58 €		✓	
Noruega	✓			✓			✓	✓	✓
Países Bajos	✓		✓	✓		C.06 € - 0.31 €	✓	✓	✓
Polonia	✓		✓	✓			✓	✓	✓

Fitxes, realitzades per a profunditzar en l'estudi de la competència :

The screenshot shows the iApuestas.com website interface. At the top, there are navigation links for 'APUESTAS DEPORTIVAS', 'POKER', 'CASINOS', 'QUINIELAS', 'LOTERIAS', and 'JUEGOS'. The main content area features a table of sports statistics for the 'Primera Division' (First Division) of football. The table lists 20 teams and their performance metrics across various categories.

	CASA					FUERA					TOTAL					DG	+/-	Pts		
	J	G	E	P	F	C	G	E	P	F	C	G	E	P	F					C
1 BARCELONA	29	11	3	0	35	9	5	5	5	24	18	16	8	5	59	27	32	0	56	Ch.Lg
2 SEVILLE	29	11	2	1	29	8	5	5	5	19	16	16	7	6	48	24	24	0	55	Ch.Lg
3 REAL MADRID	29	7	4	3	17	10	9	2	4	24	15	16	6	7	41	25	16	0	54	Ch.Lg QF
4 ZARAGOZA	29	10	3	2	25	11	4	5	5	18	18	14	8	7	43	29	14	0	50	Ch.Lg QF
5 VALENCIA	29	11	1	2	29	10	4	4	7	11	19	15	5	9	40	29	11	0	50	UEFA
6 ATL. MADRID	29	7	5	3	17	11	6	3	5	17	13	13	8	8	34	24	10	0	47	UEFA
7 RECREATIVO HUELVA	29	8	2	4	20	16	5	4	6	20	22	13	6	10	40	38	2	0	45	
8 RACING SANTANDER	29	8	3	3	21	17	3	8	4	14	17	11	11	7	35	34	1	0	44	
9 ESPANYOL	29	6	5	4	20	16	4	6	4	12	15	10	11	8	32	31	1	0	41	
10 GETAFE	29	7	7	1	16	6	3	2	9	9	17	10	9	10	25	23	2	0	39	
11 DEP. LA CORUNA	29	8	4	3	14	7	2	5	7	8	23	10	9	10	22	30	-8	0	39	
12 VILLARREAL	29	6	4	5	15	16	4	4	6	14	20	10	8	11	29	36	-7	0	38	
13 MALLORCA	29	6	4	5	18	17	4	2	8	13	23	10	6	13	31	40	-9	0	36	
14 OSASUNA	29	5	4	5	19	15	5	1	9	15	20	10	5	14	34	35	-1	0	35	
15 BETIS	29	4	8	3	16	13	3	4	7	13	22	7	12	10	29	35	-6	0	33	
16 ATH BILBAO	29	3	3	8	12	22	4	5	6	20	23	7	8	14	32	45	-13	0	29	
17 LEVANTE	29	4	6	5	14	18	2	5	7	10	21	6	11	12	24	39	-15	0	29	
18 CELTA VIGO	29	1	6	7	15	24	5	3	7	15	20	6	9	14	30	44	-14	0	27	DIV.2
19 REAL SOCIEDAD	29	4	3	8	15	21	0	6	8	5	16	4	9	16	20	37	-17	0	21	DIV.2
20 GIMNASTIC	29	3	4	7	20	23	2	11	9	29	5	6	18	29	52	-23	0	21	DIV.2	

Nom pagina web: iapuestas

Direcció: <http://www.iapuestas.com/>

Tipus de clients: -No registrats: tenen disponible la informació d'equips i el pronòstic de la jornada

-Registrats: és gratuït, et dona la possibilitat de fer apostes en altres enllaços pagant el preu establert de l'aposta. A més, et remuneren per cada usuari que els envïis.

Nº usuaris: 43162

***Nº visites:** 152613

Idioma: castellà

Serveis prestats: per tot tipus d'usuari:

- Pronòstics dels resultats de la jornada
- Graelles d'altres jornades
- Estimació dels guanyos esperats segons els teus pronòstics.
- Informació dels equips:
 - classificació
 - partits jugats
 - partits a casa
 - partits a fora
 - gols a favor
 - gols en contra
 - últims resultats

Servei exclusiu de graelles: No, ofereixen el servei de fer apostes d'altres esports (handbol, basquet, hockey...) i d'equips d'altres països donant informació d'aquests.

Nº banners a la pagina principal: 8

Banners a les pàgines successives: 51

The screenshot shows the website interface with a navigation menu on the left, a central lottery results section, and a football match prediction table. The lottery section includes results for Bonoloto, Primitiva, Euromillones, and El Gordo. The football table lists matches for the Quiniela 2006-2007, Jornada 33.

	Estudio	Premios
Lun	4 17 18 19 26 48 28 3	
Mar	9 18 33 39 42 44 5 3	
Mie		
Vie		
Jue		
Sab		

	Estudio	Premios
Jue		
Sab		
Vie		

	Estudio	Premios
Dom		

	Estudio	Premios
1	Betis R.Sociedad	S 22:00h
2	Atl.Madrid Levante	D 17:00h
3	Getafe Villarreal	D 17:00h
4	Barcelona Mallorca	D 19:00h
5	Nàstic Zaragoza	D 17:00h
6	Osasuna Recreativo	D 17:00h
7	Racing R.Madrid	S 20:00h
8	Valencia Sevilla	D 21:00h
9	Ath.Bilbao Espanyol	D 17:00h

Nom pagina web: 1x2quiniela

Direcció: <http://www.1x2quiniela.com/>

Tipus de clients: -No registrats: no tenen informació al seu abast, l'únic servei disponible és sellar la quiniela on-line.

-Registrats: servei no gratuït, la subscripció pot ser diària o anual, sent de 0'99€/dia o 99€/any.

Nº usuaris:

***Nº visites:** 203500

Idioma: castellà

Serveis prestats: únicament a registrats:

- Pronòstics dels resultats de la jornada
- Informació sobre les quinielles anteriors

Per tots els usuaris:

- Sellar la quiniela on-line amb un cost de 0'50€ per aposta amb un càrrec del 9% IVA inclòs
- Comprar fórmules per fer les quinielles i obtenir una alta probabilitat per obtenir el premi.

Servei exclusiu de graelles: No, ofereixen el servei d'altres jocs d'atzar entre ells, la bonoloto, el gordo, loto 6/49 donant informació sobre les possibles combinacions.

Nº banners a la pagina principal: 3

Banners a les pàgines successives: 11

Miércoles, 11 de Abril de 2007

QUINIELA
Combinación Ganadora .COM

Recibir los resultados por email Añadir resultados de lotería a mi web Jugar a la Quiniela online

Bonoloto Primitiva El Gordo Lotería Nacional Quiniela Euromillón ONCE Lototurf QuintuplePlus Quinigol

BOLETO DE QUINIELA
Selecciones sus pronósticos
Simple o múltiple
Desde casa y seguro

SUPER PEÑAS DE QUINIELA
Peña de Quiniela Condicionada
Cientos o miles de combinaciones

Peña de Quiniela Reducida
Cientos o miles de combinaciones

Peña de Quiniela Directa
Solo hay un premio al día
6,00 €

Menú de Quiniela

QUINIELA
¿QUÉ ES LA QUINIELA?
SELLAR BOLETO
JUGAR EN PEÑA
BOLETOS DE QUINIELA
CATEGORÍAS Y PREMIOS
CALENDARIO 2006/07
DATOS DE INTERÉS
RESULTADOS POR EMAIL
JORNADAS ANTERIORES

Resultados por email
Reciba los resultados por email.
(Envío gratuito)

La Quiniela 1x2 Jornada 32 (Domingo, 08/04/07)

1	Espanyol	1	-	0	Real Sociedad	1
2	Levante	1	-	1	Betis	2
3	Villareal	0	-	1	Atlético de Madrid	1
4	Mallorca	2	-	0	Getafe	1
5	Zaragoza	1	-	0	Barcelona	1
6	Deportivo	1	-	0	C. Gimnastic	1
7	Recreativo	4	-	2	Celta	1
8	Real Madrid	2	-	0	Osasuna	1
9	Sevilla	0	-	0	Racing	1
10	Murcia	2	-	1	Ciudad Murcia	1
11	Almería	2	-	1	Las Palmas	1
12	Cádiz	1	-	1	Sporting de Gijón	1
13	Hércules	0	-	1	Albacete	2
14	Alavés	0	-	2	Salamanca	2
15	Athletic de Bilbao	1	-	0	Valencia	1

Categoría	Acertantes	Premio
Especial (15 Aciertos)	1	1.154.054,55 €
1ª (14 Aciertos)	30	46.162,18 €
2ª (13 Aciertos)	1.056	874,28€
3ª (12 Aciertos)	12.767	72,31€
4ª (11 Aciertos)	90.829	10,16€
5ª (10 Aciertos)	421.976	2,46€
Recaudación:		11.540.545,50

Ver jornadas anteriores

Nom pagina web: Combinación ganadora

Direcció : <http://quiniela.combinacionganadora.com/>

Tipus de clients: -No registrat: disposen de la informació de la lliga i dels pronòstic.
-Registrat: a més de la informació anterior poden fer apostes i sellar la graella. El registre és gratuït.

Nº usuaris:

Nº visites: 140.000

Idioma: castellà

Serveis prestats:

- Sellar la graella on-line
- Fer apostes, ja sigui individualment o amb penyes.
- Pronòstics segons les votacions dels visitants
- Envia per e-mail el resultat de la graella
- Graelles de jornades anteriors
- Informació detallada (€, jornada, població...) dels majors premis de graelles.
- Estadístiques dels equips tant de primera com segona divisió:
 - Partits guanyats
 - Partits perduts
 - Partits empatats
 - Partits jugats a casa
 - Partits jugats fora
 - Gols en contra
 - Gols a favor
 - Total partits jugats
 - Total punts de cada equip

Servei exclusiu de graelles: No, disposen d'altres jocs com la primitiva, bonoloto, etc. De cadascun ofereixen els resultats anteriors i les vegades que han sortit els números. També es poden sellar, fer apostes i jugar amb penyes.

Nº banners a la pagina principal : 3

Banners a les pàgines successives: SI

The screenshot shows the Ventura24 website interface. At the top, there's a navigation menu with options like 'INICIO - HOME', 'EUROMILLONES', 'LA PRIMITIVA', 'BONOLOTO', 'EL GORDO', 'LA QUINIELA', 'LOTERÍA NACIONAL', 'PEÑA PRIMITIVA', and 'PEÑA EUROMILLONES'. The main content area features several lottery advertisements: 'BOTES La Primitiva' with a 19,000,000€ prize, 'BOTE EUROMILLONES' with a 15,000,000€ prize, and 'EL GORDO DE LA PRIMITIVA' with a 5,000,000€ prize. There are also buttons for 'Jugar' and 'Abónese'. On the right side, there's a 'RESULTADOS' section listing recent lottery draws with their respective winning numbers. At the bottom, there are smaller ads for 'LA QUINIELA' and 'BONOLOTO'.

Nom pagina web: Ventura 24

Direcció : http://www.ventura24.es

Tipus de clients: No registrats: només poden accedir a la informació de les combinacions guanyadores d' anteriors graelles.

Registrats: són els únics que poden sellar la quiniela. El registre es gratuït

Nº usuaris:

Nº visites: 185.000

Idioma: castellà

Serveis prestats:

- Sellar quiniela on-line
- Combinació guanyadora d' anteriors graelles

Precio oficial	Servicio Ventura24	IVA del servicio	Total
0,50 €	0,08 €	0,01 €	0,59 €

Servei exclusiu de graelles: No, ofereix els serveis anteriorment esmentats, però per altres jocs com: bonoloto, primitiva, etc.

Nº banners a la pagina principal : 3

Banners a les pàgines successives: SI

PRIMERA DIVISIÓN - CLASIFICACIÓN

	TOTAL						CASA						FUERA									
	PT	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	PT	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	PT	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	
1	Barcelona	56	29	16	8	5	53	27	36	14	11	3	0	35	9	20	15	5	5	5	24	18
2	Sevilla	55	29	16	7	6	48	24	35	14	11	2	1	29	8	20	15	5	5	5	19	16
3	R. Madrid	54	29	16	6	7	41	25	25	14	7	4	3	17	10	23	15	9	2	4	24	15
4	Zaragoza	50	29	14	8	7	43	22	33	15	10	3	2	25	11	17	14	4	3	5	18	18
5	Valencia	50	29	15	5	9	40	23	34	14	11	1	2	29	10	16	13	4	4	7	11	12
6	At. Madrid	47	29	13	8	8	34	24	26	15	7	5	2	17	11	21	14	6	3	5	17	13
7	Recreativo	45	29	13	6	10	40	38	26	14	8	2	4	20	16	13	15	5	4	6	20	22
8	Racing	44	29	11	11	7	35	34	27	14	8	3	3	21	17	17	15	3	8	4	14	17
9	Espanyol	41	29	10	11	8	32	31	23	15	6	5	4	20	16	18	14	4	6	4	12	15
10	Getafe	39	29	10	9	10	25	23	28	15	7	7	1	16	6	11	14	3	2	9	9	17
11	Deportivo	39	29	10	9	10	22	30	28	15	8	4	3	14	7	11	14	2	5	7	8	23
12	Villarreal	38	29	10	8	11	29	36	22	15	6	4	5	15	16	16	14	4	4	6	14	20
13	Mallorca	36	29	10	6	13	31	40	22	15	6	4	5	18	17	14	14	4	2	8	13	23
14	Osasuna	35	29	10	9	14	34	35	19	14	5	4	5	19	15	16	13	5	1	9	15	20
15	Betis	33	29	7	12	10	29	35	20	15	4	8	3	16	13	13	14	3	4	7	13	22
16	Athletic	29	29	7	8	14	32	45	12	14	3	3	8	12	22	17	15	4	5	6	20	23
17	Levante	29	29	6	11	12	24	39	18	15	4	6	5	14	18	11	14	2	5	7	10	21
18	Celta	27	29	6	9	14	30	44	9	14	1	6	7	15	24	18	15	5	3	7	15	20
19	R. Sociedad	21	29	4	9	16	20	37	15	15	4	3	8	15	21	6	14	0	6	8	5	16
20	Gimnástico	21	29	5	6	18	29	52	13	14	3	4	7	20	23	8	15	2	2	14	9	29

Reglamento para la determinación de la clasificación:

- Resultados
- Tabla Resultados
- Calendario
- Estadísticas
- Sancionados
- Árbitros
- Inscripciones

Copyright © 2003 Liga de Fútbol Profesional - datos identificativos
Todos los derechos reservados

Nom pagina web: Web de la Lliga de futbol professional

Direcció : <http://www.lfp.es/>

Tipus de clients: gratuït, tothom pot accedir a tot tipus d'informació.

Nº visites: 500000

Idioma: castellà

Serveis prestats:

- Informació per equips tant de primera com segona divisió:
 - Taula de classificació: gols a favor, gols en contra, partits guanyats, empatats i perduts (a casa i a fora) ; puntuació.
 - Per cada jugador disposem de la següent informació:
 - Minuts jugats
 - Vegades titular, suplent, canviat.
 - Gols
 - Targetes rebudes (grogues, vermelles)
- Resultats de les jornades anteriors:
 - Alineació
 - Canvis (minuts produïts)
 - Entrenador
 - Targetes (jugador i minut)
 - Estadístiques del partit (fora de llocs, llançaments, corner, faltes)
- Altra informació: àrbitres, màxims golejadors
- Informació sobre competicions futbolístiques espanyoles i europees.
- Serveis graella:
 - Fer la graella sense possibilitat de ser sellada per Internet.
 - Resultats de les graelles anteriors.

Nº banners a la pagina principal : 3

Banners a les pàgines successives: SI

Inglés+Fútbol Real Madrid
Curso de Idiomas con el Real Madrid De 7 a 17 años en Inglaterra-Julio
www.futbolcamp.es

Pronósticos de Fútbol
Gana Dinero en la Liga Español
¡Regístrate ya! Te Regalamos 30€
www.betfairpromo.com

Final Champions - Gratis
Entradas y viajes gratis a Atenas con tu tarjeta EURO 6000.
www.privilegiouseuro6000.es

FÚTBOL

en la red

www.sportec.com

datos identificativos :: contacta

- Noticias
- 1ª División
- Liga BBVA
- 2ª División B
- Copa del Rey
- Liga Femenina
- Liga Campeones
- Copa de la UEFA
- UEFA Femenina
- Otras Ligas
- Eurocopa
- Selección Española
- Otras Competiciones
- Más Opciones
- Fútbol en TV

PRIMERA DIVISIÓN - TABLA DE RESULTADOS

Otras opciones ▼

	ath	atl	bar	bet	cel	dep	esp	get	gim	lev	mal	osa	rac	rhu	rma	rso	sev	val	vil	zar
ath		1-4	1-3	1-2	0-1	134	130	2-0	0-2	138	136	0-3	0-0	4-2	132	1-1	1-3	1-0	0-1	0-0
atl	1-0		135	132	137	2-0	1-2	1-0	0-0	130	1-1	1-0	1-1	2-1	1-1	1-1	2-1	0-1	3-1	0-1
bar	3-0	1-1		134	3-1	2-1	137	136	3-0	132	130	3-0	2-0	3-0	3-3	1-0	3-1	1-1	4-0	3-1
bet	3-0	0-1	1-1		1-0	1-1	1-1	133	135	2-1	0-1	137	1-1	0-0	0-1	0-1	0-0	2-1	3-3	1-1
cel	1-1	1-3	2-3	136		130	0-2	138	1-1	134	132	0-2	2-2	1-2	1-2	0-0	1-2	3-2	1-1	1-1
dep	0-2	1-0	1-1	0-1	0-1		0-0	1-0	1-0	0-0	1-0	131	0-0	137	2-0	2-0	135	133	2-0	3-2
esp	3-2	133	3-1	131	2-1	138		135	0-1	1-1	3-1	0-0	2-2	0-1	0-1	1-0	2-1	1-1	1-1	1-2
get	0-0	134	1-1	1-1	1-0	2-0	0-1		137	0-0	1-0	2-0	1-0	1-1	1-0	132	0-0	3-0	130	2-2
gim	2-3	136	138	0-1	1-2	0-0	4-0	1-3		2-1	2-3	2-3	2-2	1-1	1-3	134	1-0	1-1	132	130
lev	0-0	0-3	1-1	1-1	1-1	2-0	0-0	131	133		0-1	135	2-0	2-1	1-4	2-0	2-4	137	0-2	0-0
mal	1-3	0-0	1-4	2-0	2-2	0-0	1-0	2-0	131	3-1		133	1-2	2-1	0-1	0-0	137	135	1-2	2-1
osa	1-1	138	0-0	5-1	0-1	4-1	0-2	0-2	2-0	2-1	3-0		0-1	130	1-4	136	0-0	1-1	134	132
rac	5-4	0-1	0-3	138	1-1	132	1-1	1-0	4-1	136	134	1-0		4-3	2-1	1-0	0-0	1-0	2-1	0-2
rhu	133	1-0	0-4	2-0	4-2	1-1	136	1-2	2-1	0-1	1-1	2-0	131		135	1-0	1-3	2-0	2-1	138
rma	2-1	1-1	2-0	0-0	1-2	136	134	1-1	2-0	0-1	138	2-0	3-1	0-3		2-0	133	131	0-0	1-0
rso	0-2	131	133	0-0	135	0-1	1-1	0-0	3-2	1-0	3-1	2-1	137	2-3	1-2		1-3	0-1	0-1	1-3
sev	131	3-1	2-1	3-2	2-0	4-0	132	1-0	2-1	4-0	1-2	2-0	0-0	134	2-1	0-0		3-0	138	136
val	1-1	3-1	2-1	2-1	1-0	4-0	3-2	2-0	4-0	3-0	3-1	1-0	0-2	132	0-1	138	130		136	134
vil	137	0-1	131	3-2	133	0-2	0-0	1-0	2-0	1-1	2-1	1-4	135	0-1	1-0	1-1	0-0	0-1		3-2
zar	135	1-0	1-0	2-1	131	1-1	3-0	3-1	3-0	2-2	2-0	1-2	133	0-0	137	3-2	2-1	0-1	1-0	

Inglés+Fútbol Real Madrid
Curso de Idiomas con el Real Madrid De 7 a 17 años en Inglaterra-Julio
www.futbolcamp.es

Fútbol
Barcelona
Sítialo todo con Google Maps
Encuentra fácilmente lo que buscas
maps.google.es/maps

Pronósticos de Fútbol
Gana Dinero en la Liga Español
¡Regístrate ya! Te Regalamos 30€
www.betfairpromo.com

Fútbol
Todo sobre tu equipo: jugadores, noticias y estadísticas a diario
deportes.orange.es

Nom pagina web: Sportec

Direcció : <http://futbol.sportec.es/>

Tipus de clients: No registrats: disposen d'informació útil per fer la graella.

Nº visites:

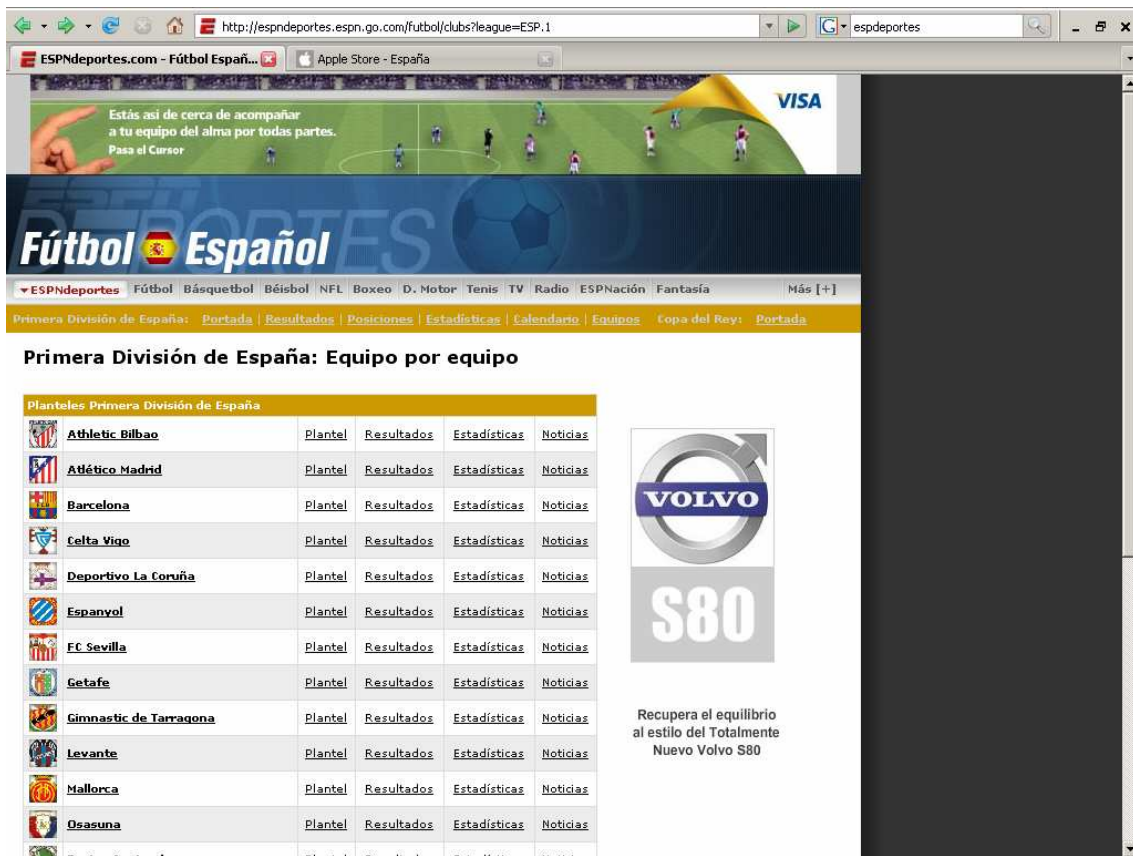
Idioma: castellà

Serveis prestats: Les estadístiques que ofereixen dels equips són tant de primera com segona divisió:

- Per cada equip tenim els partits guanyats, empatats i perduts, els gols a favor i en contra.
- Per cada jugador disposem dels minuts jugats, vegades titulars i suplent, penaltys marcats i fallats; i targetes rebudes.
- També disposem d'informació sobre els àrbitres
- En la seva pagina principal presenten les notícies més importants relacionades amb futbol.
- Ofereix informació poc detallada sobre altres lligues de futbol: resultats i classificació i calendari.
- Aquesta web no té relació amb la realització de graelles

Nº banners a la pagina principal: 9 (anuncis Google AdSense)

Banners a les pàgines successives: SI



Estás así de cerca de acompañar a tu equipo del alma por todas partes. Pasa el Cursor

Fútbol Español

Primera División de España: [Portada](#) | [Resultados](#) | [Posiciones](#) | [Estadísticas](#) | [Calendario](#) | [Equipos](#) | [Copa del Rey](#) | [Portada](#)

Primera División de España: Equipo por equipo

Planteles Primera División de España

Equipo	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Athletic Bilbao	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Atlético Madrid	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Barcelona	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Celta Vigo	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Deportivo La Coruña	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Espanyol	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
F.C. Sevilla	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Getafe	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Gimnastic de Tarragona	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Levante	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Mallorca	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias
Osasuna	Plantel	Resultados	Estadísticas	Noticias

VOLVO
S80

Recupera el equilibrio al estilo del Totalmente Nuevo Volvo S80

Nom pagina web: ESPNdeportes

Direcció : <http://espndeportes.espn.go.com>

Tipus de clients: gratuït, tothom pot accedir a tot tipus d'informació.

Nº visites:

Idioma: castellà

Serveis prestats:

- Informació dels equips de primera divisió (temporada actual i anteriors)
 - Resum de l'equip
 - Resultats
 - Informació sobre els 5 últims partits: guanyats, empatats, perduts, gols a favor i en contra.
 - Resum mensual: partits guanyats, empatats, perduts, gols a favor i en contra, punts aconseguits.
 - Rendiment:
 - màxima derrota com visitant
 - victòries consecutives
 - partits guanyats per un gol de diferència
 -
 - Temporalitat dels gols
 - El progrés del seu rendiment (gràfic)
- Informació per jugador: partits jugats, targetes, gols...
- Notícies de la lliga espanyola, principalment de primera divisió.
- Disposa d'informació i de notícies d'altres esports i països.

Nº banners a la pagina principal: 2

Banners a les pàgines successives: SI

Equipos	Puntos	P.J.	P.E.	P.P.	P.F.	G.F.	G.C.	G.F.C.	G.F.F.	G.C.C.	G.C.F.
F.C. Barcelona	56	29	16	5	8	59	27	35	24	9	18
Sevilla F.C.	55	29	16	6	7	48	24	29	19	8	16
Real Madrid	54	29	16	7	6	41	25	17	24	10	15
Real Zaragoza	50	29	14	7	8	43	29	25	18	11	18
Valencia C.F.	50	29	15	9	5	40	29	29	11	10	19
Atl. de Madrid	47	29	13	8	8	34	24	17	17	11	13
Recreativo de Huelva	46	29	13	10	6	40	38	20	20	16	22
Racing de Santander	44	29	11	7	11	35	34	21	14	17	17
Espanyol	41	29	10	8	11	32	31	20	12	16	15
Getafe	39	29	10	10	9	25	23	16	9	6	17
Dep. A Coruña	39	29	10	10	9	22	30	14	8	7	23
Villarreal	38	29	10	11	8	29	36	15	14	16	20
R.C.D. Mallorca	36	29	10	13	6	31	40	18	13	17	23
Osasuna	35	29	10	14	5	34	35	19	15	15	20
Real Betis	33	29	7	10	12	29	35	16	13	13	22
Ath. Bilbao	29	29	7	14	8	32	46	12	20	22	23
Levante	29	29	6	12	11	24	39	14	10	18	21
R.C. Celta de Vigo	27	29	6	14	9	30	44	15	15	24	20
Real Sociedad	21	29	4	18	9	20	37	15	5	21	16
Gimnastic Tarragona	21	29	5	18	6	29	52	20	9	23	29

Nom pagina web: GecaSport

Direcció: <http://www.sdifutbol.com/nueva/portada.asp>

Tipus de clients: No registrats: informació bàsica
 Registrats: gratuït, però les dades s'utilitzaran per enviar informació sobre els productes d'aquesta empresa i de tercers.

Nº usuaris: 5000

Nº visites al mes: 60000

Idioma: castellà

Serveis prestats: Usuaris no enregistrats:

- Per cada equip es presenten les dades següents:
 - classificació
 - partits jugats
 - partits a casa
 - partits a fora
 - gols a favor a casa
 - gols a favor a fora
 - gols en contra a casa
 - gols en contra a fora
 - resultats de les jornades anteriors

- Disposem per a cada jugador de cada equip els minuts jugats, quantes vegades ha estat substituït i quants gols ha marcat.

- A més ofereixen informació dels àrbitres:
 - n° partits arbitrats
 - targetes grogues
 - targetes vermelles
 - victòries de l'equip local
 - victòries de l'equip visitant

Usuaris enregistrats:

- Disposa de informació detallada dels equips:
 - gols
 - targetes
 - pèrdues i recuperacions de la pilota
 - penalties
 - regats
 - detall dels gols
- Aquesta web només es dedica a oferir informació estadística dels equips, no té cap informació relacionada amb les graelles.

N° banners a la pagina principal: 8

Banners a les pàgines successives: SI

Nom pagina web: Quinielista

Direcció: <http://www.quinielista.com/>

Tipus de clients: -No registrats: tenen disponible la informació per a poder realitzar graelles amb totes les combinacions possibles.

-Registrats: és gratuït, et dona la possibilitat de consultar el teu archiu

de graelles

Nº visites: 30000

Idioma: castellà

Serveis prestats:

- Poder realitzar graelles
- Consultar el teu archiu de graelles
- Poder participar en altres jocs
- Un servei addicional que inclou ranquings, forums, concursos i descarregues

Servei exclusiu de graelles: No, ofereixen el servei de fer apostes d'altres esports (handbol, basquet, hockey...) i d'equips d'altres països donant informació d'aquests. Exclusiu per a la Lliga Espanyola

Nº banners a la pagina principal: 1

Banners a les pàgines successives: NO

6- Serveis que t'agradaria trobar a la web [puntuat del 1 (+imp) al 4 (-imp)]

- *informació del rendiment dels jugadors*
- *informació general dels equips (partits guanyats, classificació)*
- *pronòstic de la graella*
- *servei d'apostes*
- *altres:*

7- T'agradaria....(indica SI amb un 1, NO amb un 2)

- *enregistrar-te per accedir als serveis:*
- *que haguessin banners:*
- *accedir a altres webs relacionades mitjançant links:*

Després d'analitzar les fitxes dels competidors i les preferències dels consumidors hem creat el disseny de la nostra pàgina web "INFOQUINIELA"

banner

banner

InfoQuiniela

Inicio Estadísticas Noticias Quinielas Foro

LOTERIAS Y APUESTAS DEL ESTADO

La Quiniela

PRIMERA DIVISIÓN - CLASIFICACIÓN

	P	V	D	G	P	P	TOTAL
1. Real Madrid	58	20	13	8	0	0	99
2. Barcelona	52	20	13	8	0	0	93
3. Atlético	51	20	13	7	0	0	91
4. Valencia	49	20	13	7	0	0	89
5. Villarreal	48	20	13	8	0	0	89
6. Sevilla	41	20	13	8	0	0	82
7. Deportivo	40	20	13	8	0	0	81
8. Real Betis	39	20	13	8	0	0	80
9. Real Sociedad	38	20	13	8	0	0	79
10. Athletic	37	20	13	8	0	0	78
11. Espanyol	36	20	13	8	0	0	77
12. Real Zaragoza	35	20	13	8	0	0	76
13. Osasuna	34	20	13	8	0	0	75
14. Getafe	33	20	13	8	0	0	74
15. Almería	32	20	13	8	0	0	73
16. Málaga	31	20	13	8	0	0	72
17. Alavés	30	20	13	8	0	0	71
18. Real Murcia	29	20	13	8	0	0	70
19. Huesca	28	20	13	8	0	0	69
20. Córdoba	27	20	13	8	0	0	68

Ayuda Mapa web Aviso legal Contacto

banner

Páginas amigas

C.A.T. S.A.

COSTOS i INGRESSOS en EXCEL HIPERVINCULAT

[Estructura d'ingressos: enllaç directament a Excel:](#)

[Estructura de costos: enllaç directament a Excel:](#)

[Balanç de l'empresa: enllaç directament a Excel:](#)

[Viabilitat de l'empresa: enllaç directament a Excel:](#)

Documents per a crear una Societat Limitada: Estatuts de l'empresa :

ESTATUTOS InfoQuiniela SL.

TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1.- DENOMINACION. La sociedad se denomina “*INFOQUINIELA, SOCIEDAD LIMITADA*”. Se registrá por lo dispuesto en estos estatutos, y en lo no previsto en ellos, por la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada de 23 de marzo de 1.995 y demás disposiciones complementarias.

ARTICULO 2.- DOMICILIO. El domicilio social se fija en Barcelona, en la calle Aragón número 120, escalera A, piso 2.

El cambio de domicilio dentro del mismo término municipal, así como la creación, supresión o traslado de sucursales, agencias o delegaciones, será acordado por el órgano de administración.

ARTICULO 3.- OBJETO SOCIAL. La sociedad tendrá por objeto ofrecer los servicios informativos a todas aquellas personas que realizan quinielas a través de Internet.

Las actividades que integran el objeto social podrán desarrollarse total o parcialmente de modo indirecto mediante la titularidad de acciones o participaciones en Sociedades con objeto idéntico o análogo.

Si las disposiciones legales vigentes exigiesen para el ejercicio de algunas de las actividades comprendidas en el objeto social delimitado en este artículo, estar en posesión de un título profesional determinado, dichas actividades deberán realizarse por medio de persona que ostente la titulación profesional requerida para la actividad de que se trate. Por otra parte, si esas mismas disposiciones legales exigiesen para el desarrollo de la actividad de que se trate contar con autorización administrativa o la inscripción en determinados Registros Públicos, no podrá iniciarse el ejercicio de dicha actividad hasta que se hayan cumplido los requisitos administrativos exigidos para la misma.

ARTÍCULO 4.- COMIENZO DE OPERACIONES. La sociedad se constituye por tiempo indefinido, y da comienzo a sus operaciones el mismo día del otorgamiento de la escritura de constitución de la sociedad.

TITULO II. CAPITAL SOCIAL

ARTÍCULO 5.- CAPITAL SOCIAL. El capital social se fija en 3.005,06 EUROS, y está íntegramente desembolsado mediante aportaciones dinerarias de los socios.

Dicho capital social se divide en 1.000 PARTICIPACIONES SOCIALES de 3,005 EUROS cada una de ellas, iguales, acumulables e indivisibles, numeradas correlativamente del UNO al 1.000, ambos inclusive.

TITULO III. REGIMEN DE LAS PARTICIPACIONES SOCIALES

ARTICULO 6.- TRANSMISION DE PARTICIPACIONES SOCIALES Y DERECHOS SOBRE LAS MISMAS.

Las participaciones sociales serán transmisibles en la forma prevista por la Ley y por estos Estatutos.

La copropiedad, el usufructo, la prenda, el embargo y transmisiones forzosas de participaciones sociales, así como la adquisición por la Sociedad de sus propias participaciones se registrarán por lo dispuesto en la Ley

La adquisición por cualquier título de participaciones sociales deberá ser comunicada de manera fehaciente al Órgano de Administración de la Sociedad, indicando nombre o denominación social, nacionalidad y domicilio, dentro del territorio nacional, del nuevo socio, así como el título, material y formal, de su adquisición.

En todo documento de enajenación de participaciones sociales, el transmitente deberá hacer constar la obligación que tiene el adquirente de hacer la comunicación a que se refiere el párrafo anterior.

Hasta tanto no se realice la indicada comunicación, y no haya transcurrido, en su caso, el plazo para el ejercicio de los derechos de preferente adquisición, no podrá el adquirente ejercitar los derechos que le correspondan en la Sociedad.

ARTÍCULO 7.- COMUNICACIONES A LOS SOCIOS. En todos aquellos supuestos en que la Ley exija la publicación de actos o acuerdos sociales en un periódico en cualquier Boletín Oficial, el contenido de la publicación o anuncio deberá ser individualmente notificado por el Órgano de Administración a todos los socios, excepto a aquéllos que asistieran a la Junta General en que se adoptó el acuerdo.

Se considerará domicilio de los socios a efectos de tales notificaciones el que conste en el Libro Registro de socios a cargo de la sociedad.

El incumplimiento de este deber de comunicación por el Órgano de Administración no afectará a la validez de los actos o acuerdos, ni alterará las normas y plazos sobre su impugnación, en su caso.

ARTICULO 8.- DERECHOS DE ADQUISICION PREFERENTE EN LAS TRANSMISIONES NO LIBRES.

1.- Transmisión voluntaria Inter. Vivos:

La transmisión voluntaria Inter. vivos de participaciones sociales, fuera de los casos en que dicha transmisión es libre conforme a lo dispuesto en la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada de 23 de marzo de 1.995, se registrará por lo dispuesto en el artículo 29, punto 2, de la citada Ley.

2.- Transmisiones hereditarias:

La adquisición de alguna participación social por sucesión hereditaria confiere al heredero o legatario del fallecido la condición de socio.

Esto no obstante, si el heredero no es un descendiente, un ascendiente o el cónyuge del socio fallecido, los socios sobrevivientes tendrán derecho a adquirir las participaciones sociales del socio difunto, apreciadas en el valor que tuvieren el día del fallecimiento del socio, pagándose el precio al contado. La valoración se hará con arreglo a lo dispuesto en el artículo 100 de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada, y el derecho de adquisición habrá de ejercitarse en el plazo máximo de tres meses desde la comunicación a la sociedad de la adquisición hereditaria.

TITULO IV. ORGANOS DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 9.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD.

La sociedad se registrará por:

- a) La Junta General de Socios.
- b) Los Administradores Mancomunados.

ARTICULO 10.- JUNTAS GENERALES. La voluntad de los socios, expresada por mayoría de votos, regirá la vida de la Sociedad con arreglo a la Ley.

A) CONVOCATORIA: La convocatoria de la Junta General habrá de hacerse por el Órgano de Administración, o por los Liquidadores en su caso, mediante el envío de carta certificada con acuse de recibo a través de Notario al domicilio de cada socio que conste en el Libro Registro de socios.

La convocatoria deberá hacerse con quince días naturales de antelación a la fecha fijada para su celebración, computándose dicho plazo desde la fecha en que se hubiere remitido el anuncio de la convocatoria al último de los socios.

A tal efecto, los socios podrán pedir, en cualquier tiempo, que se actualicen o cambien los datos relativos a su domicilio que figuren en el Libro Registro de Socios.

Los socios residentes en el extranjero deberán designar un domicilio dentro del territorio nacional para recibir las notificaciones, el cual se hará constar en el Libro Registro de socios. En otro caso, se entenderán genéricamente convocados por el anuncio que a tal fin se exponga en el domicilio social.

B) CONVOCATORIA A INSTANCIA DE LOS SOCIOS: El Órgano de Administración convocará necesariamente la Junta cuando se lo solicite en virtud de requerimiento notarial, un número de socios que represente, al menos, el cinco por ciento del capital social.

Si el Órgano de Administración incumple esta obligación, la Sociedad podrá repetir contra ellos los gastos que se deriven de la convocatoria judicial prevista por la Ley, incluidos honorarios de Letrado y Procurador, aunque no sea preceptiva su intervención.

C) REPRESENTACION EN LA JUNTA: El socio podrá hacerse representar en las reuniones de la Junta General, además de por las personas expresadas en la Ley, por medio de Letrados, Economistas y, en general, cualquier tipo de Asesores Profesionales con autorización especial para cada Junta conferida por escrito.

D) PRESIDENCIA: Actuarán como Presidente y Secretario de la Junta los elegidos por la misma al comienzo de la reunión.

E) DELIBERACION Y TOMA DE ACUERDOS: La Junta General de Socios deliberará sobre los asuntos comprendidos en el orden del día establecido en la convocatoria, y se levantará acta de la misma en la forma prevista por la Ley, haciendo constar en ella las intervenciones de los socios que lo soliciten.

Los acuerdos de adoptarán con las mayorías previstas en el artículo 53 de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

ARTICULO 11.- JUNTA UNIVERSAL.

La Junta General quedará válidamente constituida en cualquier lugar del territorio nacional o del extranjero para tratar cualquier asunto, sin necesidad de previa convocatoria, siempre que esté presente o representado todo el capital social y los concurrentes acepten por unanimidad la celebración de la Junta y el orden del día de la misma.

ARTÍCULO 12.- ORGANO DE ADMINISTRACION.

La gestión y el ejercicio de la representación de la sociedad corresponderá a los Administradores Mancomunados nombrados por la Junta General de socios, debiendo ser un mínimo de dos Administradores y un máximo de siete.

El Órgano de Administración ejercerá su cargo por tiempo indefinido.

El cargo de Administrador será gratuito.

ARTICULO 13.-FACULTADES DEL ADMINISTRADOR.

La representación de la Sociedad en juicio y fuera de él corresponderá a todos los Administradores Mancomunados nombrados en la forma prevista por la Ley y estos estatutos.

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter complementario o accesorio.

En aquellos supuestos en los que no haya una clara conexión entre el acto o negocio jurídico que se pretende realizar y el objeto social de la sociedad, los Administradores Mancomunados manifestarán la relación con el objeto social de la sociedad del acto o negocio que pretenden realizar.

A efectos meramente enunciativos, se hace constar que los Administradores podrán realizar, entre otros, los siguientes actos y negocios jurídicos:

- a) Adquirir, disponer, enajenar y gravar toda clase de bienes muebles e inmuebles, así como constituir, aceptar, modificar y extinguir toda clase de derechos personales y reales incluida la hipoteca.
- b) Dirigir la organización empresarial de la Sociedad y sus negocios.
- c) Otorgar toda clase de actos, contratos o negocios jurídicos, con los pactos, cláusulas y condiciones que estimen oportunos disponer; transigir y pactar arbitrajes; tomar parte en concursos y subastas, hacer propuestas y aceptar adjudicaciones. Adquirir, gravar y enajenar por cualquier título, y en general realizar cualesquiera operaciones sobre acciones, obligaciones u otros títulos valores, así como realizar actos de los que resulte la participación en otras sociedades, bien concurriendo a su constitución o suscribiendo acciones en aumentos de capital u otras emisiones de títulos valores.
- d) Administrar bienes muebles e inmuebles; hacer declaraciones de obra nueva, división horizontal, deslindes, amojonamiento, modificaciones hipotecarias y, en general, cualquier acto de riguroso dominio; convenir, modificar y extinguir arrendamientos rústicos o urbanos, convenir traspasos de locales comerciales y formalizar cualesquiera otras cesiones de uso y disfrute de bienes; retirar y cobrar cualquier cantidad o fondos a favor de la sociedad de cualquier organismo público o privado en que estuvieren depositados.

- e) Girar, aceptar, endosar, intervenir y protestar letras de cambio y cualesquiera otros documentos de giro.
- f) Tomar dinero a préstamo o crédito, reconocer deudas y créditos; prestar avales en interés de la Sociedad o de terceros, o a favor de los propios accionistas.
- g) Abrir y cancelar, disponiendo de sus fondos, cuentas y depósitos de cualquier tipo en cualesquiera Bancos, Cajas de Ahorro o Entidades de Crédito o financieras en general. así como suscribir contratos de alquiler de cajas de seguridad.
- h) Nombrar y despedir empleados y representantes, firmar contratos de trabajo y de transporte.
- i) Comparecer ante toda clase de Juzgados y Tribunales de cualquier jurisdicción y ante toda clase de organismos públicos en cualquier concepto, y en toda clase de juicios y procedimientos, incluidos los arbitrales; interponer recursos de cualquier tipo, incluido los de casación, revisión o nulidad; ratificar escritos y desistir de las actuaciones, ya directamente o por medio de Abogados y Procuradores, otorgando al efecto poderes de representación procesal.
- j) Otorgar y firmar toda clase de documentos públicos y privados en ejercicio de sus facultades, incluidos cartas de pago, recibos o facturas.
- k) Ejecutar y elevar a públicos cuando fuera necesario los acuerdos adoptados por la Junta General.
- l) Otorgar poderes de todas clases y modificar o revocar los apoderamientos conferidos.

TITULO V. ASPECTOS CONTABLES

ARTICULO 14.- AUDITORIAS DE CUENTAS.

A) **POR EXIGENCIA LEGAL:** Si fuera necesario, por incurrir en causa de exigencia legal, la Junta General designará auditores de cuentas, antes del cierre del ejercicio a auditar.

B) **POR ACUERDO SOCIAL:** Con el voto favorable de la mayoría necesaria para la modificación de estatutos, podrá acordar la Junta General la obligatoriedad de que la Sociedad someta sus cuentas anuales de forma sistemática a la revisión de auditores de cuentas, aunque no lo exija la Ley. Con los mismos requisitos se acordará la supresión de esta obligatoriedad.

C) **POR EXIGENCIA DE LA MINORIA:** La Sociedad someterá sus cuentas a verificación por un auditor nombrado por el Registrador Mercantil, aun cuando no lo exija la ley ni lo haya acordado la Junta General, si lo solicitan los socios que representen al menos el cinco por ciento del capital social, y siempre que no hayan transcurrido tres meses desde la fecha de cierre del ejercicio que se pretenda auditar. Los gastos de esta auditoria serán satisfechos por la Sociedad.

ARTICULO 15.- NORMAS ECONOMICAS.

A) **EJERCICIO ECONOMICO:** Cada ejercicio social comenzará el día 1 de enero de cada año, y terminará y se cerrará el día 31 de Diciembre del mismo año.

B) **LIBROS SOCIALES Y CUENTAS ANUALES:** El Órgano de Administración deberá llevar los libros sociales y de contabilidad, así como redactar las cuentas anuales y el informe de gestión con arreglo a lo previsto en la Ley.

Las cuentas anuales y el informe de gestión deberán ser firmados por todos los Administradores Mancomunados.

Dentro del mes siguiente a la aprobación de las cuentas anuales se presentará, mediante los correspondientes impresos oficiales, salvo en las excepciones previstas en la Ley, para su

depósito en el Registro Mercantil del domicilio social, certificación de los acuerdos de la Junta general de aprobación de las cuentas anuales y de aplicación del resultado, a la que se adjuntará un ejemplar de cada una de dichas cuentas y los demás documentos previstos en la Ley. Si alguna de las cuentas anuales se hubiere formulado de forma abreviada, se hará constar así en la certificación, con expresión de la causa.

Si el Órgano de Administración incumple esta obligación incurrirá en la responsabilidad prevista en la Ley.

Mientras el incumplimiento subsista, se producirá además el cierre del Registro Mercantil, para la inscripción de los documentos señalados en la Ley.

C) INFORMACION A LOS SOCIOS: A partir de la convocatoria de la Junta General, cualquier socio podrá obtener de la Sociedad de forma inmediata y gratuita los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la misma y el informe de los auditores de cuentas y el de gestión en su caso. En la convocatoria se hará expresión de este derecho.

Durante el mismo plazo el socio o socios que representen el cinco por ciento del capital social podrán examinar en el domicilio social, por sí o en unión de experto contable, los documentos que sirvan de soporte y de antecedente de las cuentas anuales.

D) REPARTO DE BENEFICIOS: Los beneficios líquidos obtenidos después de deducir Impuestos y reservas legales o voluntarias, se distribuirán entre los socios en proporción al capital desembolsado por éstos.

TITULO VI. LIQUIDACION DE LA SOCIEDAD

ARTICULO 16.- La Junta General designará a los liquidadores, cuando corresponda, señalando la duración de su mandato y el régimen de su actuación, solidaria o conjunta.

A falta de tales nombramientos, ejercerán el cargo de liquidador los mismos Administradores de la sociedad.

Los socios que hubiesen aportado bienes inmuebles a la sociedad, tendrán derecho preferente a recibirlos en pago de su cuota de liquidación en la forma prevista por la Ley.

TITULO VII. OTRAS DISPOSICIONES

ARTICULO 17.- ARBITRAJE. Todas las dudas y conflictos que surjan en orden a la interpretación de estos estatutos se someterán a un arbitraje de equidad.

ARTICULO 18.- INCOMPATIBILIDADES. No podrán ocupar ni ejercer cargos en esta Sociedad las personas comprendidas en alguna de las prohibiciones o incompatibilidades establecidas en el Ordenamiento Jurídico Español.

Solicitud del nom al registre



REGISTRO MERCANTIL CENTRAL
SECCION DE DENOMINACIONES

PRÍNCIPE DE VERGARA, 94
TELÉF. 563 12 52
28006 MADRID

SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN

A) En caso de **CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD**, indíquese el nombre y apellidos o denominación social, de uno de los socios fundadores

B) En caso de **CAMBIO DE DENOMINACIÓN** (Indicar el nombre actual de la sociedad)

DENOMINACIONES SOLICITADAS (1)

DENOMINACIÓN SOCIAL (2)	
1.ª)	_____

	FORMA O TIPO (3)

2.ª)	_____

	FORMA O TIPO

3.ª)	_____

	FORMA O TIPO

Nombre y apellidos del presentante:

En a de de 19

NOTAS

(1) Al formular la solicitud, deben tenerse en cuenta las siguientes normas:

- a) Se entiende solicitada la certificación sólo en cuanto a la primera denominación que no aparezca reservada o registrada.
- b) La solicitud debe formularse escrita a máquina o con letras mayúsculas, sin enmiendas ni tachaduras, y en las casillas del formulario.
- c) No deben incluirse anagramas en la denominación.
- d) Para determinar si existe o no identidad entre dos denominaciones, se prescindirán de las indicaciones relativas a la forma social o de aquellas otras cuya utilización venga exigida por la ley.
(Art. 408. 3 RRM)

(2) Introduzca la denominación social que quiere certificar SIN la forma social.

(3) Indicación de la forma social, (Art. 403 RRM). Este campo sólo debe cumplimentarse cuando para la indicación de la forma social, se utilicen siglas. Por ejemplo: S. A.; S. L.; etc.

1. En la denominación social deberá figurar la indicación de la forma social de que se trate o su abreviatura. En el caso de que figure la abreviatura, se incluirá ésta al final de la denominación.

2. En las denominaciones de las Sociedades inscribibles, sólo podrán utilizarse las siguientes abreviaturas:

- 1.^a - S. A., para la Sociedad Anónima.
- 2.^a - S. L., o S. R. L., para la Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- 3.^a - S. C., o S. R. C., para la Sociedad Colectiva.
- 4.^a - S. en C. o S. Com., para la Sociedad Comanditaria Simple
- 5.^a - S. Com. p. A., para la Sociedad Comanditaria por Acciones.
- 6.^a - S. Coop., para la Sociedad Cooperativa.
- 7.^a - S. G. R., para la Sociedad de Garantía Recíproca.
- 8.^a - S. A. L., para la Sociedad Anónima Laboral.
- 9.^a - S. I. M., para la Sociedad de Inversión Mobiliaria de Capital fijo.
- 10.^a - S. I. M. C. A. V., para la Sociedad de Inversión Mobiliaria de Capital variable.

3. En el caso de Sociedades Mercantiles especiales se estará a lo dispuesto en la legislación que les sea específicamente aplicable.

4. En las denominaciones de los Fondos inscribibles sólo podrán utilizarse las siguientes abreviaturas:

- 1.^a - F. I. M., para el Fondo de Inversión Mobiliaria.
- 2.^a - F. I. A. M. M., para el Fondo de Inversión en Activos del Mercado Monetario.
- 3.^a - F. P., para el Fondo de Pensiones.

5. En las denominaciones de las Agrupaciones de interés económico, sólo podrán utilizarse las siguientes abreviaturas:

- 1.^a - A. I. E., para la Agrupación de Interés Económico.
- 2.^a - A. E. I. E., para la Agrupación Europea de Interés Económico.



Registre de la marca comercial

Página Nº 1

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
Oficina Española de Patentes y Marcas

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

(1) DATOS A CUMPLIMENTAR EN CASO DE SOLICITUD DIVISIONAL DE NOMBRE COMERCIAL.
 NOMBRE COMERCIAL DIVISIONAL
 EXPEDIENTE DIVIDIDO NÚMERO: _____ F. SOLICITUD: _____
 DIVISIÓN Nº: ___ DE ___ CLASES: _____

NÚMERO SOLICITUD: _____
 FECHA, HORA Y MINUTO DE PRESENTACIÓN O.E.P.M.: _____
 LUGAR, FECHA, HORA Y MINUTO DE PRESENTACIÓN EN LUGAR DISTINTO O.E.P.M.: _____

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(2) SOLICITANTE: APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL	NOMBRE	D.N.I./N.I.F.
<input type="checkbox"/> SIGUE EN PÁGINA ANEXA		
(3) LEGITIMACIÓN: ESTADO NACIONALIDAD DEL SOLICITANTE	ESTADO DE RESIDENCIA DEL SOLICITANTE	ESTADO DE ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE
(4) DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC.	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA PAÍS
(5) DIRECCIÓN NOTIFICACIONES: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC.	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA PAÍS
(6) DIRECCIÓN CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE	Nº FAX	Nº TELÉFONO
INDICACIÓN DEL MEDIO DE NOTIFICACIÓN PREFERENTE <input type="checkbox"/> CORREO <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO <input type="checkbox"/> FAX		
(7) INDICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE: SITO EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN:		

2. DATOS DEL REPRESENTANTE

(8) REPRESENTACIÓN
 EL SOLICITANTE NO ESTÁ REPRESENTADO EL SOLICITANTE ESTÁ REPRESENTADO POR: AGENTE PROPIEDAD INDUSTRIAL EMPLEADO DE LA EMPRESA OTRO REPRESENTANTE

(9) APELLIDOS DEL REPRESENTANTE (Y Nº DE COLEGIAO), SI FUERA AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL	NOMBRE	CÓD. AGENTE P.I./N.I.F.
--	--------	-------------------------

3. ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN Y FIRMAS

(10) ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN: <input type="checkbox"/> 4 REPRODUCCIONES DEL NOMBRE C. <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"/> <input type="checkbox"/> INFORME <input type="checkbox"/>	FIRMA DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE	(11) NÚMERO DE PÁGINAS DE SOLICITUD
	FIRMA DEL FUNCIONARIO	CONFIRMACIÓN Nº PÁGINAS FUNCIONARIO

ADVERTENCIA: POR DISPOSICIÓN LEGAL LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD, SALVO N.I.F., DIRECCIÓN ELECTRÓNICA, Nº DE FAX Y TELÉFONO, SERÁN PUBLICADOS EN EL BOLETÍN OFICIAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INSCRITOS EN EL REGISTRO DE MARCAS DE LA OEPM, SIENDO AMBAS BASES DE DATOS DE CARÁCTER PÚBLICO Y ACCESIBLES VÍA REDES MUNDIALES DE INFORMÁTICA

SRA. DIRECTORA DE LA OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS
 informacion@oepm.es www.oepm.es P. Castellana, 75 · 28071 MADRID

NO CUMPLIMENTAR LOS RECUADROS ENMARCADOS EN ROJO

Página Nº 2

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
Oficina Española de Patentes y Marcas

2. DATOS DEL REPRESENTANTE (CONTINUACIÓN)

(12) DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC.	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA	PAÍS
(13) DIRECCIÓN CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE	Nº DE FAX	Nº TELÉFONO	POSEE BUZÓN (CARPETA) OEPM <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
(14) INDICACIÓN DEL MEDIO DE NOTIFICACIÓN PREFERENTE <input type="checkbox"/> CORREO <input type="checkbox"/> CORREO ELECTRÓNICO <input type="checkbox"/> FAX <input type="checkbox"/> BUZÓN (CARPETA) OEPM <input type="checkbox"/> BOPI			
(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 DEL NOMBRE COMERCIAL

(17) DISTINTIVO	(18) TIPO DE DISTINTIVO: <input type="checkbox"/> DENOMINATIVO <input type="checkbox"/> GRÁFICO <input type="checkbox"/> MIXTO <input type="checkbox"/> TRIDIMENSIONAL <input type="checkbox"/> SONORO <input type="checkbox"/> OTRO
	(19) DISTINTIVO DENOMINATIVO ESTÁNDAR: <input type="checkbox"/> EL SOLICITANTE DECLARA QUE DESEA QUE LA OEPM PUBLIQUE Y REGISTRE EL PRESENTE NOMBRE COMERCIAL EN LOS CARACTERES ESTÁNDAR UTILIZADOS POR DICHA OFICINA.
	(20) REIVINDICACIÓN DEL COLOR COMO CARACTERÍSTICA DISTINTIVA DEL NOMBRE COMERCIAL: <input type="checkbox"/> SE REIVINDICAN LOS SIGUIENTES COLORES: _____
	(21) DECLARACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL NOMBRE COMERCIAL SOBRE LOS QUE NO SE REIVINDICA UN DERECHO EXCLUSIVO DE UTILIZACIÓN (FACULTATIVA):
(22) DESCRIPCIÓN ESCRITA DEL NOMBRE COMERCIAL (FACULTATIVA)	

Mod. 430/1



Página Nº 3

 MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO  Oficina Española de Patentes y Marcas



5. LISTA DE ACTIVIDADES AGRUPADAS POR CLASES CONFORME A LA CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL

CLASE	(33) ACTIVIDADES

SIGUE EN PÁGINA ANEXA

Mod. 4.3/01

Página Nº _____

 MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO  Oficina Española de Patentes y Marcas

6. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD UNIONISTA

(24) PAÍS (U OFICINA) DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD ANTERIOR	FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD ANTERIOR	NÚMERO DE LA SOLICITUD ANTERIOR

(25) TIPO DE PRIORIDAD REIVINDICADA

<input type="checkbox"/> PRIORIDAD TOTAL Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para todas las actividades de la presente solicitud de nombre comercial.	<input type="checkbox"/> PRIORIDAD PARCIAL Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para parte de las actividades de la presente solicitud de nombre comercial. En este caso, deberá cumplimentarse la tabla reseñada más abajo de "lista de actividades para las 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 actividades para las que se reivindica la prioridad".
--	--	---

(26) LISTA DE ACTIVIDADES PARA LAS QUE SE REIVINDICA LA PRIORIDAD (sólo para el caso de reivindicación de prioridad parcial)

CLASE	ACTIVIDADES

SIGUE EN PÁGINA ANEXA



(27) 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.

Mod. 4.3/01



Página Nº _____


 MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
 
 Oficina Española de Patentes y Marcas

7. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD DE EXPOSICIÓN

(28) NOMBRE DE LA EXPOSICIÓN	FECHA PRIMERA PRESENTACIÓN EN LA EXPOSICIÓN	CIUDAD Y PAÍS DE LA EXPOSICIÓN

(29) TIPO DE PRIORIDAD REIVINDICADA

<input type="checkbox"/> PRIORIDAD TOTAL <small>Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para todas las actividades de la presente solicitud de nombre comercial.</small>	<input type="checkbox"/> PRIORIDAD PARCIAL <small>Márquese este recuadro si se reivindica la prioridad para parte de las actividades de la presente solicitud de nombre comercial. En este caso, deberá cumplimentarse la tabla reseñada más abajo de "lista de actividades para las que se reivindica la prioridad".</small>	<input type="checkbox"/> PRIORIDAD MÚLTIPLE <small>Márquese este recuadro si se reivindica prioridad de más de una exposición. En este caso, deberá utilizarse una página como ésta para cada una de las prioridades reivindicadas y cumplimentarse, si procede, la tabla de "lista de actividades para las que se reivindica la prioridad".</small>
---	---	--

(30) LISTA DE ACTIVIDADES PARA LAS QUE SE REIVINDICA LA PRIORIDAD (Solo para el caso de reivindicación de prioridad parcial)

CLASE	ACTIVIDADES

SIGUE EN PÁGINA ANEXA

(31) DOCUMENTOS JUSTIFICATIVOS DE LA PRIORIDAD REIVINDICADA

CERTIFICADO DE LA AUTORIDAD DE LA EXPOSICIÓN <input type="checkbox"/> SE ACOMPAÑA CON LA PRESENTE SOLICITUD <input type="checkbox"/> SE APORTARÁ DENTRO DE LOS TRES MESES SIGUIENTES	TRADUCCIÓN DEL CERTIFICADO 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
--	--

Mod. 430/11

SOLICITUD DE REGISTRO
Nº: _____

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL
HOJA DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL
HOJA Nº **1** DE 4

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL	NOMBRE	D.N.I./N.I.F.
(2) DIRECCIÓN : CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA
		PAÍS

2. REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL
DISTINTIVO. MÁXIMO 8 x 12 CM.

Mod. 430/11

NOTA: EL DISTINTIVO DEBE COLOCARSE EN EL INTERIOR DEL RECUADRO SIN QUE PUEDA EXCEDER DE LAS DIMENSIONES DE ESTE. ADEMÁS DEBE ORIENTARSE DE FORMA QUE LA PARTE SUPERIOR DEL DISTINTIVO SE CORRESPONDA CON LA PARTE SUPERIOR DEL RECUADRO. SE PROCEDERÁ DE IGUAL MANERA AL CUMPLIMENTAR EL RECUADRO 17 DEL APARTADO 4 DE ESTE IMPRESO.



SOLICITUD DE REGISTRO
Nº: _____

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL
HOJA DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL
HOJA Nº **2** DE 4

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL		NOMBRE	D.N.I./N.I.F.

(2) DIRECCIÓN - CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA	PAIS

2. REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL
DISTINTIVO. MÁXIMO 8 x 12 CM.

Mod. 4/2011

NOTA: EL DISTINTIVO DEBE COLOCARSE EN EL INTERIOR DEL RECUADRO SIN QUE PUEDA EXCEDER DE LAS DIMENSIONES DE ÉSTE. ADEMÁS DEBE ORIENTARSE DE FORMA QUE LA PARTE SUPERIOR DEL DISTINTIVO SE CORRESPONDA CON LA PARTE SUPERIOR DEL RECUADRO. SE PROCEDERÁ DE IGUAL MANERA AL CUMPLIMENTAR EL RECUADRO 17 DEL APARTADO 4 DE ESTE IMPRESO.

SOLICITUD DE REGISTRO
Nº: _____

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL
HOJA DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL
HOJA Nº **3** DE 4

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL		NOMBRE	D.N.I./N.I.F.

(2) DIRECCIÓN - CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC	CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD	PROVINCIA	PAIS

2. REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL
DISTINTIVO. MÁXIMO 8 x 12 CM.

Mod. 4/2011

NOTA: EL DISTINTIVO DEBE COLOCARSE EN EL INTERIOR DEL RECUADRO SIN QUE PUEDA EXCEDER DE LAS DIMENSIONES DE ÉSTE. ADEMÁS DEBE ORIENTARSE DE FORMA QUE LA PARTE SUPERIOR DEL DISTINTIVO SE CORRESPONDA CON LA PARTE SUPERIOR DEL RECUADRO. SE PROCEDERÁ DE IGUAL MANERA AL CUMPLIMENTAR EL RECUADRO 17 DEL APARTADO 4 DE ESTE IMPRESO.



Oficina Española de Patentes y Marcas

SOLICITUD DE REGISTRO

Nº:

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

HOJA DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL

HOJA Nº **4** DE 4

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL		NOMBRE		D.N.I. / N.I.F.	
(2) DIRECCIÓN - CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC.		CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD		PAÍS	

2. REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL

DISTINTIVO: MÁXIMO 8 x 12 CM.

Mod. 43011

NOTA: EL DISTINTIVO DEBE COLOCARSE EN EL INTERIOR DEL RECUADRO SIN QUE PUEDA EXCEDER DE LAS DIMENSIONES DE ÉSTE. ADEMÁS DEBE ORIENTARSE DE FORMA QUE LA PARTE SUPERIOR DEL DISTINTIVO SE CORRESPONDA CON LA PARTE SUPERIOR DEL RECUADRO. SE PROCEDERÁ DE IGUAL MANERA AL CUMPLIMENTAR EL RECUADRO 17 DEL APARTADO 4 DE ESTE IMPRESO.

SOLICITUD DE REGISTRO DE NOMBRE COMERCIAL

Los apartados enmarcados en rojo no deben rellenarse por el interesado, están reservados a la Oficina Española de Patentes y Marcas. Este impreso debe ser presentado sin grapar sus hojas.

(1) DATOS A CUMPLIMENTAR EN CASO DE SOLICITUD DIVISIONAL DE NOMBRE COMERCIAL

Si la presente solicitud se efectúa como consecuencia de la división de una solicitud anterior (de conformidad con el artº. 24 de la vigente Ley de Marcas), márchese con una "x" el recuadro correspondiente a "nombre comercial divisional", haciendo constar además el número del expediente del nombre comercial anterior que es objeto de división ("expediente dividido nº"), consignando además el orden que ocupa la presente solicitud ("división nº") en el total de solicitudes divisionales presentadas, así como el número total de éstas; por ejemplo, "división nº 1 de 3", indica que una solicitud anterior ha sido dividida en un total de 3 y que la presente solicitud hace el número 1 del total de solicitudes divisionales presentadas. Igualmente deberá hacerse constar la fecha de presentación del nombre comercial del que proceden ("F. solicitud") y las clases de la solicitud de que proceden.

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(2) SOLICITANTE: APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL / NOMBRE / NIF

Apellidos o denominación social

En el caso de ser el solicitante una persona jurídica, indíquese la denominación social completa de ésta.

En el caso de personas físicas, indíquese los dos apellidos.

Nombre

Se rellenará únicamente para personas físicas.

Si existiera más de un solicitante, rellenar este apartado de forma que se distingan claramente cada uno de ellos. Para ello, cada solicitante comenzará en el margen izquierdo precedido de un número secuencial de orden. Si no dispusiera de espacio suficiente, podrá utilizarse una hoja suplementaria, igual a la presente; en este caso, márchese el recuadro "sigue en página anexa".

Núm. Identificación Fiscal

Las personas físicas y jurídicas indicarán su NIF.

En el caso de personas físicas o jurídicas extranjeras igualmente indicarán su NIF y a falta de éste, el número de un documento identificativo (pasaporte, etc).

(3) LEGITIMACIÓN

Deberá indicarse el nombre del Estado correspondiente a la nacionalidad del solicitante, así como el nombre del Estado en el que tenga su residencia, e igualmente el nombre del Estado donde el solicitante tenga un establecimiento efectivo y serio.

(4) DIRECCIÓN DEL SOLICITANTE

En este apartado se consignará la dirección completa del solicitante, indicando los datos completos de localización: calle, plaza, avenida, etc; número, piso y letra, en su caso; localidad, precedida de su código postal, provincia y país así como cualesquiera otros que resulten necesarios o convenientes para la localización del solicitante (indicación de carretera y punto kilométrico, polígono industrial, urbanización, nombre del edificio, etc.)

Si fueran varios los solicitantes podrán utilizarse hojas suplementarias, iguales a la presente.

(5) DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIONES

El solicitante podrá indicar en este apartado otra dirección postal distinta de la consignada en el apartado (4), a la que, en su caso, desee que le sean dirigidas las notificaciones por la Administración.

Si la dirección del solicitante consignada en el apartado (4) se encontrara fuera del territorio español, deberá indicar obligatoriamente en el apartado (5) una dirección en España a efectos de notificaciones, salvo que actúe por medio de representante con domicilio en España. Los no residentes en un Estado miembro de la Unión Europea deberán actuar, en todo caso, representados por Agente de la Propiedad Industrial.

Cuando sean varios los solicitantes, se especificará en el apartado (5) la dirección o medio de comunicación de uno de ellos a efectos de notificaciones. En este caso, al cumplimentar el apartado (5) deberá consignarse en primer lugar, además de la dirección a efectos de notificaciones, el nombre del solicitante al que deban cursarse las notificaciones; de no hacerse así, las notificaciones se dirigirán al solicitante mencionado en primer lugar en la solicitud y a la dirección indicada por él.

(6) DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO DEL SOLICITANTE, NÚMERO DE FAX O NÚMERO DE TELÉFONO.

El solicitante podrá facilitar el número de teléfono, fax o una dirección de correo electrónico, indicando además la forma preferente de notificación: correo, correo electrónico o fax.

(7) INDICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO DEL SOLICITANTE SITO EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN.

Cuando la solicitud se presente en una Comunidad Autónoma distinta de la del domicilio del solicitante, deberá indicarse el establecimiento industrial o comercial, serio y efectivo, que el solicitante posea en el territorio de la Comunidad Autónoma del lugar de presentación de la solicitud, consignándose en este caso el lugar de su enclavamiento. Esta indicación (7) no será necesaria si el solicitante actúa por medio de representante y éste tuviera su domicilio o una sucursal seria y efectiva en el territorio de la Comunidad Autónoma de presentación de la solicitud.



2. DATOS DEL REPRESENTANTE

En caso de que el representante sea un Agente de la Propiedad Industrial, bastará con indicar su nombre, apellidos y código de Agente si la solicitud se presenta directamente ante la OEPM. En el supuesto de que este formulario se presente ante el órgano competente de una Comunidad Autónoma, será preciso cumplimentar todos los datos relativos al representante, a efectos de notificaciones y de determinación de la competencia.

(8) REPRESENTACIÓN

Deberá indicarse si el solicitante actúa o no por medio de un representante. En caso afirmativo, se marcará con una "x" si el representante es Agente de la Propiedad Industrial, empleado de la empresa o tiene otro carácter.

(9) APELLIDOS DEL REPRESENTANTE

Si el solicitante actúa por medio de representante indiquense: los apellidos y nombre de éste; el código numérico sólo en el caso de que el representante sea Agente de la Propiedad Industrial; el NIF en los demás casos de representación.

3. ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN Y FIRMAS

(10) ÍNDICE DE DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN

Márquese con una "x" los recuadros correspondientes a los documentos que se acompañan. En el caso de aportación de documentos no previstos en este formulario, indiquense en los espacios en blanco.

El solicitante o, en su caso, su representante deberá firmar este formulario en el recuadro previsto al efecto.

(11) NÚMERO DE PÁGINAS DE LA SOLICITUD

Indíquese el número total de páginas utilizadas para la cumplimentación de este formulario, incluyendo en el cómputo las hojas suplementarias, si se utilizasen y las "hojas de reproducción del nombre comercial", si se aportasen.

Si no se utilizasen las hojas relativas a la REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD UNIONISTA, REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD DE EXPOSICIÓN O LAS HOJAS DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL, no deben aportarse con la solicitud.

2. DATOS DEL REPRESENTANTE (CONTINUACIÓN)

(12) DIRECCIÓN DEL REPRESENTANTE

En este apartado se consignará la dirección completa del representante, indicando los datos completos de localización: calle, plaza, avenida, etc; número, piso y letra, en su caso; localidad, precedida de su código postal, provincia y país, así como cualesquiera otros que resulten necesarios o convenientes para la localización del representante (indicación de carretera y punto kilométrico, polígono industrial, urbanización, nombre del edificio, etc).

(13) DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO DEL REPRESENTANTE, NÚMERO DE FAX O NÚMERO DE TELÉFONO DEL REPRESENTANTE

El representante podrá facilitar el número de teléfono, fax o una dirección de correo electrónico. Las indicaciones relativas a si el representante posee buzón o carpeta en la OEPM deberán ser cumplimentadas únicamente por los representantes que sean Agentes de la Propiedad Industrial.

(14) INDICACIÓN DEL MEDIO DE NOTIFICACIÓN PREFERENTE

El representante deberá indicar la forma preferente de notificación: correo, correo electrónico, fax, buzón o carpeta en OEPM (este último solamente para Agentes de la Propiedad Industrial) o mediante la publicación en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BOPI).

(15) INDICACIÓN DE LA SUCURSAL DEL REPRESENTANTE SITA EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL LUGAR DE PRESENTACIÓN

Si la solicitud se presenta en un Órgano competente de una Comunidad Autónoma, deberá hacerse constar el lugar donde se encuentre la sucursal seria y efectiva del representante en el territorio de la Comunidad Autónoma del lugar de presentación cuando ni la dirección del solicitante (4) ni la de su establecimiento (7) ni tampoco la dirección del representante (12) se encuentren en el territorio de dicha Comunidad Autónoma.

(16) ACREDITACIÓN DEL PODER DE REPRESENTACIÓN

Indíquese si se aporta el poder de representación. En caso negativo, hágase constar si se aportará en un momento posterior o si ya figura aportado en otro expediente (identificando éste, indicando la modalidad registral y número). Si se trata de un representante con poder general inscrito en la OEPM, deberá consignarse el número con que el que este poder general se encuentra inscrito.

4. REPRODUCCIÓN Y DATOS DEL NOMBRE COMERCIAL

(17) DISTINTIVO

Si el nombre comercial fuera meramente denominativo, deberá hacerse constar en este recuadro la denominación en que consiste. Si fuese sonoro, deberá representarse el sonido reivindicado en un pentagrama. Si fuera gráfico, mixto o tridimensional, se adherirá o imprimirá en este recuadro una reproducción del nombre comercial; las dimensiones de esta reproducción no excederán de 8cm x 12cm. En los casos en que no sea evidente, se hará constar la posición correcta del nombre comercial con la indicación "parte superior". Cuando se solicite un nombre comercial tridimensional, la reproducción del mismo consistirá en una reproducción

gráfica o fotográfica tridimensional, pudiendo constar de hasta seis perspectivas diferentes, siempre que se agrupen formando una única y misma reproducción que no exceda de 8 cm x 12 cm.

Cuando se solicite el registro de un nombre comercial en color, la reproducción que se incluya en el recuadro (17) consistirá en la reproducción en color del nombre comercial.

(18) TIPO DE DISTINTIVO

Márquese con una "x" el recuadro que corresponda, según se trate de un distintivo:

- que consista únicamente en una denominación y el solicitante no desee reivindicar ninguna representación gráfica, forma o color específicos (distintivo denominativo),
- que consista únicamente en un gráfico (distintivo gráfico),
- que comporte elementos denominativos y gráficos (distintivo mixto),
- que consista en una representación en tres dimensiones (distintivo tridimensional),
- que consista en sonido (distintivo sonoro),
- que se corresponda con otros tipos de distintivos que admita la legislación vigente.

(19) DISTINTIVO DENOMINATIVO ESTÁNDAR

Cumplímense este apartado marcando con una "x" el recuadro, si el solicitante no desea reivindicar ninguna representación gráfica, forma o color específicos. En este caso el nombre comercial se publicará y, en su caso, se registrará en los caracteres estándar utilizados por la Oficina Española de Patentes y Marcas. En el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial se publica el conjunto de caracteres estándar utilizados por la OEPM.

(20) REIVINDICACIÓN DE COLOR COMO CARACTERÍSTICA DISTINTIVA DEL NOMBRE COMERCIAL

Cuando se reivindicquen uno o varios colores como característica distintiva del nombre comercial, márquese el recuadro correspondiente con una "x" e indiquese el color o colores reivindicativos.

(21) DECLARACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL NOMBRE COMERCIAL SOBRE LOS QUE NO SE REIVINDICA UN DERECHO EXCLUSIVO DE UTILIZACIÓN

Cuando el solicitante desee excluir de la protección solicitada alguno de los elementos que conforman el nombre comercial, deberá indicar en este recuadro los mencionados elementos. Podrán excluirse de la protección los elementos a que se refiere el artículo 5.1 b), c) y d) de la Ley de Marcas: los que carezcan de carácter distintivo, los signos o identificaciones que puedan servir en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de obtención del producto o de la prestación del servicio u otras características del producto, servicio o actividad, o los signos o indicaciones que se hayan convertido en habituales para designar los productos o servicios en el lenguaje común en las costumbres leales y constantes del comercio.

(22) DESCRIPCIÓN ESCRITA DEL NOMBRE COMERCIAL

El solicitante podrá incluir, si lo estima conveniente, una descripción escrita del signo en que consiste el nombre comercial.

5. LISTA DE ACTIVIDADES

(23) ACTIVIDADES

En este recuadro se enumerarán de modo claro y preciso las actividades para las que se solicita el nombre comercial, utilizando, en la medida de lo posible, los mismos términos y expresiones que los empleados en la lista alfabética de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas del Arreglo de Niza de 15 de junio de 1957 en su forma revisada y vigente en España.

Las actividades se enumerarán en la solicitud agrupadas por clases, según la clase a que pertenezcan de la citada Clasificación Internacional, figurando en la solicitud en el orden seguido por la Clasificación Internacional.

En el recuadro izquierdo ("clase") se indicará el número de la clase de la Clasificación Internacional a que pertenezca cada grupo de actividades, figurando dicho número al comienzo de cada grupo de actividades.

Si no dispusiera de espacio suficiente, podrá utilizarse una hoja suplementaria, igual a la presente; en este caso, márquese el recuadro "sigue en página anexa".

6. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD UNIONISTA

(24) PAÍS (U OFICINA) DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD ANTERIOR / FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD ANTERIOR / NÚMERO DE LA SOLICITUD ANTERIOR

Si en la solicitud de registro se reivindicara la prioridad de una o varias solicitudes anteriores (de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 4 del Convenio de la Unión de París), el solicitante deberá indicar el país de presentación de la solicitud anterior. Si la solicitud anterior ha sido presentada en una oficina diferente de la oficina nacional (por ejemplo, la Oficina de Armonización del Mercado Interior -OAMI- o la Oficina de Marcas del Benelux), deberá indicarse el nombre de dicha oficina en vez del país.

En los siguientes recuadros deberá indicarse la fecha de presentación de la solicitud anterior y su número.

(25) TIPO DE PRIORIDAD REIVINDICADA

Márquese con una "x" el recuadro que corresponda, según las indicaciones concretas contenidas en cada uno de los tres recuadros (prioridad total, prioridad parcial y prioridad múltiple).

(26) LISTA DE ACTIVIDADES PARA LAS QUE SE REIVINDICA LA PRIORIDAD (Sólo para el caso de reivindicación de prioridad parcial)

Este apartado deberá cumplimentarse si se reivindica una prioridad parcial, enumerando las actividades para las que se reivindica la prioridad, indicando al comienzo de cada grupo, en el recuadro izquierdo, la clase o clases de la Clasificación

Internacional a que pertenecen.

Si no dispusiera de espacio suficiente, podrá utilizarse una hoja suplementaria, igual a la presente; en este caso, márquese el recuadro "sigue en página anexa".

(27) DOCUMENTOS JUSTIFICATIVOS DE LA PRIORIDAD REIVINDICADA

Márquese con una "x" el recuadro correspondiente.

7. REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD DE EXPOSICIÓN

Si en la solicitud de registro se reivindica la prioridad derivada de una exposición oficial u oficialmente reconocida, deberán cumplimentarse los recuadros del presente apartado.

(28) NOMBRE DE LA EXPOSICIÓN / FECHA DE LA PRIMERA PRESENTACIÓN EN LA EXPOSICIÓN / CIUDAD Y PAÍS DE LA EXPOSICIÓN

Indíquese el nombre de la exposición, la fecha de la primera presentación en la misma de las actividades con el nombre comercial que ahora es objeto de solicitud y la ciudad y país donde tuvo lugar la exposición.

(29) TIPO DE PRIORIDAD REIVINDICADA

Márquese con una "x" el recuadro que corresponda, según las indicaciones concretas contenidas en cada uno de los tres recuadros (prioridad total, prioridad parcial y prioridad múltiple).

(30) LISTA DE ACTIVIDADES PARA LAS QUE SE REIVINDICA LA PRIORIDAD (Sólo para el caso de reivindicación de prioridad parcial)

Este apartado deberá cumplimentarse si se reivindica una prioridad parcial, enumerando las actividades para las que se reivindica la prioridad, indicando al comienzo de cada grupo, en el recuadro izquierdo, la clase o clases de la Clasificación Internacional a que pertenecen. Si se reivindica prioridad respecto de todas las actividades en una o varias clases, bastará con indicar junto a la clase correspondiente "todas las solicitadas".

Si no dispusiera de espacio suficiente, podrá utilizarse una hoja suplementaria, igual a la presente; en este caso, márquese el recuadro "sigue en página anexa".

(31) DOCUMENTOS JUSTIFICATIVOS DE LA PRIORIDAD REIVINDICADA

Márquese con una "x" el recuadro correspondiente.

HOJA DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL

Este formulario de "HOJA DE REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL" deberá cumplimentarse cuando el solicitante reivindique en el signo en que consiste el nombre comercial una concreta representación gráfica o forma o color específicos. En estos casos, se apartarán cuatro ejemplares de este formulario, numerándolos correlativamente en el apartado "hoja nº de 4".

El recuadro correspondiente a "solicitud de registro nº" no deberá rellenarse por el solicitante, será cumplimentado por la Oficina Española de Patentes y Marcas.

1. DATOS DEL SOLICITANTE

(1) APELLIDOS O DENOMINACIÓN SOCIAL / NOMBRE / NIF

Apellidos o denominación social

En el caso de ser el solicitante una persona jurídica, indíquese la denominación social completa de ésta.

En el caso de personas físicas, indíquense los dos apellidos.

Nombre

Se rellenará únicamente para personas físicas.

Si existiera más de un solicitante, rellenar este apartado de forma que se distingan claramente cada uno de ellos. Para ello, cada solicitante comenzará en el margen izquierdo precedido de un número secuencial de orden. Si faltara espacio, utilice hojas suplementarias, iguales a la presente.

Núm. Identificación Fiscal

Las personas físicas y jurídicas indicarán su NIF.

En el caso de personas físicas o jurídicas extranjeras igualmente indicarán su NIF y a falta de éste el número de un documento identificativo (pasaporte, etc).

(2) DIRECCIÓN: CALLE, PLAZA, NÚMERO, PISO, ETC / CÓDIGO POSTAL Y LOCALIDAD / PROVINCIA / PAÍS.

En este apartado se consignará la dirección completa del solicitante, indicando los datos completos de localización: calle, plaza, avenida, etc; número, piso y letra, en su caso; localidad, precedida de su código postal, provincia y país, así como cualesquiera otros que resulten necesarios o convenientes para la localización del solicitante (indicación de carretera y punto kilométrico, polígono industrial, urbanización, nombre del edificio, etc).

2. REPRODUCCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL

En este recuadro se adherirá o imprimirá una reproducción del nombre comercial; las dimensiones de esta reproducción no excederán de 8 cm x 12 cm. En los casos en que no sea evidente, se hará constar la posición correcta del nombre comercial con la indicación "parte superior". Cuando se solicite un nombre comercial tridimensional, la reproducción del mismo consistirá en una reproducción gráfica o fotográfica tridimensional, pudiendo constar de hasta seis perspectivas diferentes, siempre que se agrupen formando una única y misma reproducción que no exceda de 8 cm x 12 cm.

PAGINAS WEB VISITATES

Posicionament:

1. <http://www.alta-en-buscadores.biz>
2. <http://www.davilac.es/posicionamiento/planes/>
3. http://www.posicionamientoweb.com/lista_de_buscadores_espanoles.html
4. <http://www.altas-buscadores.com/>
5. <http://www.xeoweb.com/publicidad-en-internet.php>
6. <http://www.microsoft.com/spain/empresas/guias/posicionamiento/home.mspix>

Noticies

7. <http://www.eleconomista.es>
8. <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207579/05/07/Yahoo-se-dispara-en-la-apertura-un-16-por-rumores-de-compra-por-Microsoft.html>
9. www.nypost.com
10. www.wsj.com
11. <http://online.wsj.com/article/SB117827827757492168.html>

Cercadors

12. www.google.com
13. www.yahoo.es
14. www.msn.com
15. www.altavista.com

Google AdWords, AdSense i Yahoo Search Marketing

16. <https://adwords.google.com/select/Login?hl=es>
17. <https://www.google.es/adsense>
18. <https://adwords.google.es/select/KeywordToolExternal>
19. <https://adwords.google.es/select/sliderprimer/Budget>
20. http://searchmarketing.yahoo.com/es_ES/srch/?mkt=es

Preu Banner (canvi diari)

21. <http://www.oxado.com>

ADSL

22. www.ya.com
23. www.tele2.com
24. www.jazztel.com
25. www.orange.es
26. www.ono.es
27. www.telefonica.es

Fitxes

28. <http://www.iapuestas.com/>
29. <http://www.1x2quiniela.com/>
30. <http://quiniela.combinacionganadora.com/>
31. <http://www.ventura24.es>
32. <http://www.lfp.es/>
33. <http://futbol.sportec.es/>
34. <http://espndeportes.espn.go.com>
35. <http://www.sdifutbol.com>
36. <http://www.quinielista.com/>

Estratègies de venda a Internet

37. http://translate.google.com/translate?u=http%3A%2F%2Fwww.efuse.com%2FGrow%2Fads_the_basics.html&langpair=en%7Ces&hl=es&ie=UTF8
38. <http://www.negocios-internet.com>

Offshore

39. http://translate.google.com/translate?u=http%3A%2F%2Fwww.wsr-corporation.com%2Fen%2Foffshore.html&langpair=en%7Ces&hl=es&ie=UTF-8&oe=UTF-8&prev=%2Flanguage_tools

Registro mercantil Central:

40. <http://www.rmc.es/>

Estatut Societat Limitada

41. <http://www.crear-empresas.com/formularios.htm>

Obligacions fiscals:

42. [http://www.emprenderenaragon.es/emprender/365emprender.nsf/webdescargas/1612A8234928161DC1256F5800326DBC/\\$FILE/obligaciones_fiscales.pdf](http://www.emprenderenaragon.es/emprender/365emprender.nsf/webdescargas/1612A8234928161DC1256F5800326DBC/$FILE/obligaciones_fiscales.pdf)

La Caixa

43. <http://www.lacaixa.es/>

ING Direct

44. <http://www.ingdirect.es/html/homeizq.asp>

Bons del Estat

45. http://www.tesoro.es/sp/deuda/valores/vls_bonos.asp

Agencia tributària

46. <http://www.agenciatributaria.es/>

Consum Energètic PC

47. http://www.eu-energystar.org/es/es_007c.shtml#standby

48. <http://www.fecsa.es/ES/Hogares/>

Oficina y material

49. <http://www.idealista.com/pagina/nota-prensa?numNotaPrensa=5&anyoSeleccionado=2007&idNotaPrensa=57>

50. www.fnac.es

51. http://es.shopydoo.com/ofertas-software-microsoft_windows_server_2003_standard_edition.html

52. http://www.ikea.com/ms/es_ES/local_home/badalona.html

Web per a càlcul de salari mínim

53. http://www.seg-social.es/inicio/?MIval=cw_usr_view_Folder&LANG=1&ID=36537#36538