

SUMARIO

- "Se vende banco por 1€", nuevo libro de Manuel Medina, se presentará el próximo 9 de mayo.
- Juan Manuel García, Director General de Medina Cuadros Procuradores.
- La importancia de llamarse ADIDAS en el mundo de la moda deportiva.
- "Las mujeres en los despachos" por Amelia Medina Cuadros.
- "Una alternativa de política económica", conferencia de Manuel Escudero en la 9ª edición de Encuentros para compartir.
- Medina Cuadros, más cerca.



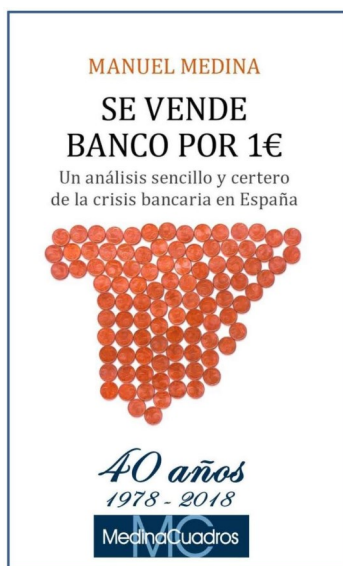
"Se vende banco por 1€", nuevo libro de Manuel Medina, se presentará el 9 de mayo

El nuevo libro de **Manuel Medina** será presentado en sociedad el próximo 9 de mayo en el Hotel InterContinental Madrid. "Se vende banco por 1€", editado por **Plaza y Janés**, está a la venta desde el 15 de marzo.

En esta obra, **Manuel Medina** traslada una reflexión mediante un análisis sencillo y certero desde su punto de vista acerca de la crisis bancaria que ha sufrido nuestro país en los últimos años. El contenido de esta nueva publicación del autor, Manuel Medina, que coincide con el 40 aniversario de la fundación del despacho Medina Cuadros, hace referencia a lo más notable en materia bancaria, incluyendo costumbres e historias que han sucedido en estos últimos años.

El presidente de la Xunta de Galicia, **Alberto Núñez Feijóo** y **Ángel Corcóstequi**, Socio Fundador de Magnum Industrial Partners, además de prologuista del libro, acompañarán a este prolífico autor el día **9 de mayo** en la presentación en sociedad de su nueva obra.

"Se vende banco por 1€" es un homenaje a la evolución de las **costumbres de la banca** y



las **cajas de ahorros en el último cuarto de siglo XX** y casi dos **décadas del siglo XXI**. Gran parte de este libro se centra en los cambios normativos de los años ochenta del siglo pasado, dando entrada a los entes locales y Comunidades Autónomas en estas asambleas y consejos de las cajas de ahorros confederadas.

"Los casos sonados de **corrupción donde las cajas de ahorros han tenido tanto protagonismo han hecho que el ciudadano medio no entienda nada de lo que pasa y desconfíe de todo**".

¿Puede comprarse un **banco**, con un valor de miles de millones, por un euro? ¿Qué provocó realmente la **caída** de Bankia? ¿Cuáles fueron los verdaderos motivos de la fuga de los **bancos catalanes** en octubre de 2017?

Manuel Medina, testigo privilegiado de los hechos, abogado con más de cuarenta años de experiencia, gran parte de los cuales estuvieron relacionados con el mundo de la banca, nos explica los **entresijos** y las auténticas razones de algunos de los **escándalos económicos** más impactantes de la reciente historia de España.

Un libro que ayuda a entender la **génesis, actualidad y futuro** de la situación económica de nuestro país.

"Se vende banco por 1 €" es el decimoquinto libro escrito por Manuel Medina.

Juan Manuel García, Director General de Medina Cuadros Procuradores



Medina Cuadros Procuradores inicia una nueva etapa de su proyecto empresarial incorporando a **Juan Manuel García Rodríguez** como **nuevo Director General de la compañía**. Juan Manuel es **licenciado en derecho por ICADE** y ha realizado distintos cursos y seminarios postgrado en la Universidad de

Navarra e Instituto de Empresa. Durante 29 años, su carrera profesional ha estado vinculada al **Grupo Telefónica**, donde ingresó en los servicios jurídicos en 1987, desarrollando una larga y exitosa trayectoria profesional y ocupando diferentes puestos directivos vinculados al **área jurídica y al Consejo de Administración**, siendo su último puesto desempeñado el de Director de Gestión Jurídica. Además, ha sido Presidente de Tuenti y Vicesecretario de los Consejos de Administración de Telefónica Soluciones Sectoriales y de Teleinformática y Comunicaciones, pero es obligado decir que lo que realmente realiza a Juan Manuel García es su calidad humana.

En **Medina Cuadros Procuradores** aplicará su dilatada experiencia y, bajo la coordinación de Elena Medina Cuadros, aportará una nueva visión del negocio para impulsar el crecimiento de la compañía y consolidar su liderazgo nacional.

Medina Cuadros Abogados se fundó en 1978 por **Manuel Medina y Amelia Cuadros**. En la actualidad, el despacho cuenta con tres áreas de negocio - Abogados, Procuradores y Gestión de Recobro- y está presente en los principales centros financieros nacionales, con oficinas en Madrid, Valencia, Sevilla, Jaén, Granada, Santiago y Las Palmas. A nivel internacional, dispone de una oficina en Ciudad de México.

La importancia de llamarse ADIDAS en el mundo de la moda deportiva



La importancia de llamarse ADIDAS, en el mundo de la moda deportiva

CONFILLEGAL

CONSEJO REGULADOR DE MARCAS Y DISEÑOS INDUSTRIALES

TRIBUTARIOS | ADMINISTRACIÓN | MARKING | INTELLECTUAL | LEGISLACIÓN | FISCAL | POLÍTICA

Revista | Editor: La Registración de Buenos Aires, en el ámbito de la ley de Argentina



Luis Sánchez Pérez, Director General del Consejo de Medina Cuadros y Asociados, S.L.L.

Como habrá adivinado mi avispa lector, el título de este artículo hace referencia a la obra de teatro de Oscar Wilde, *"The Importance of Being Earnest"* de 1895, en donde el autor juega con la última palabra, el adjetivo "earnest" (sincero), pues es homófono del nombre propio "Ernest" (Ernesto).

La elección no ha sido baladí, pues a lo largo del pasaje se verá que "llamarse" **ADIDAS** es ciertamente relevante. Abordamos un caso de propiedad industrial, concretamente la lucha por registrar ante la EUIPO una marca de posición, en particular dos rayas simétricas paralelas, ante la inquebrantable voluntad de **ADIDAS** [Vid. *Sentencias del Tribunal General (Sala Novena), de 1 de marzo de 2018 (Asuntos T-85/16 y T-629/16)*].

Todo comenzó en el año 2009 cuando una sociedad belga interesó ante la OAMI (hoy EUIPO) el registro de una marca de posición (clase 25 para calzado), consistente en dos bandas paralelas oblicuas equidistantes, de la misma anchura, colocadas en la parte lateral del calzado. **Representamos la marca objeto de discusión:**

Sin embargo, **ADIDAS** se opuso a la misma sobre la base de, entre otros motivos: **(i) la existencia de dos marcas previas -lo que podía causar confusión- y (ii) gozar su marca previa de renombre. He aquí una de las marcas anteriores reproducida gráficamente.**

La marca comunitaria nº 3517646 consiste en tres franjas paralelas iguales e equidistantes aplicadas al calzado, estando posicionadas las bandas en la parte superior del calzado, en el área entre los cordones y la suela.

Pues bien, dicha oposición de **ADIDAS** resultó rechazada en mayo de 2012 por la **División de Oposición**, y nuevamente por la Sala de Recurso en noviembre de 2013, razón por la cual apeló ante el Tribunal General, quien anuló la decisión de la División de Oposición y posteriormente fue ratificada por el Tribunal de Justicia, al rechazar el recurso de casación interpuesto por la empresa belga, en auto de febrero de 2016.

De conformidad con lo anterior (**sentencia y auto**), la Segun-

da Sala de Recurso reexaminó el caso y estimó la oposición de **ADIDAS** al considerar que existía cierta similitud en las marcas, identidad en los productos y notoriedad de la marca anterior, y sin existir justa causa.

En el *interim*, la misma sociedad belga interesó en diciembre de 2011 el registro de la anterior marca de posición inicial, pero esta vez para la clase 9 de Niza ("calzado de seguridad para la **protección de accidentes o lesiones**").

ADIDAS también se opuso sólo sobre la base de la reputación de su marca previa, siendo rechazada por la División de Oposición en octubre de 2014. El recurso fue estimado en noviembre de 2015 por la Segunda Sala de Recurso, al entender que efectivamente, ante la cierta similitud de las marcas en liza, la similitud de los bienes objeto de cobertura por las marcas y la reputación de la marca anterior, había un riesgo de confusión del público relevante pudiéndose establecer un vínculo entre las meritadas marcas, con posibilidad de aprovechamiento de la reputación de la marca anterior sin una causa debida o justificada.

Y es aquí cuando desembocamos en las dos sentencias del **Tribunal General**, de 1 de marzo de 2018 (As. T-85/16 y As. T-629/16), que desestiman sendos recursos, confirmando las resoluciones de la Sala de Recurso.

Nos centraremos en la cuestión de la reputación de la **marca previa**, su distintividad y la valoración que el uso, sin justa causa, de la marca solicitante, pueda afectar a la anterior bajo dichos factores relevantes.

Estos factores incluyen la fortaleza de la reputación y el grado de distintividad de la marca anterior, el grado de similitud entre las marcas y la naturaleza y grado de proximidad de los bienes o servicios afectados. Y así, cuanto más fuerte sea la **reputación** y el **grado de distintividad de la marca**, más fácil será aceptar el detrimento que causa en ella la nueva marca (**As. L'Oreal & Otros C-487/07**, entre otros).

En tal sentido se pronunció el **Tribunal General**, en sentencia de 4 de diciembre de 2015 (**As. T-3/15**), entendió que una marca para zapatillas deportivas de K-Swiss Inc. consistente en 5 rayas paralelas inclinadas equidistantes e iguales en la parte lateral del zapato, es banal siendo improbable que adquiera carácter distintivo simplemente porque está situado en la parte lateral del zapato o pueda llegar a identificarlo con la procedencia del producto, sino como algo decorativo.

El origen de las **bandas laterales** era una cuestión técnica de refuerzo de las zapatillas, y originalmente se usaban dos. Pero en 1952, KARHU, que usaba tres, vendió su marca triada a **ADIDAS** por unos 1600 euros y un par de botellas de buen whisky.

Desde entonces, **ADIDAS** ha estado haciendo gala de las tres franjas como elemento identificador de su procedencia. Así queda patente en los considerandos 70 y siguientes de la sentencia (As. T-629/16) tanto por los estudios presentados que reflejan la cuota de mercado de la marca, volumen de ventas, inversión publicitaria, encuestas de opinión y patrocinio de eventos deportivos de impacto global (campeonatos mundiales y europeos de fútbol).

Del mismo modo que encontramos una defensa activa de sus derechos en diversos frentes judiciales, que le ha llevado a enfrentarse, y ganar, ante diversos fabricantes de calzado e incluso de ropa, tales como C&A o H&M (**As. C-102/07**), por el uso de la marca en **prendas deportivas**. La valoración global de los anteriores **elementos lleva al Tribunal** a confirmar sendas posiciones de la Sala de Recurso sobre la existencia de un vínculo entre las marcas y un aprovechamiento indebido de la notoriedad de las marcas previas ("free-rider"). Máxime cuando el propio solicitante ha estado llevando a cabo una campaña publicitaria cuyo eslogan era «two stripes are enough» (dos bandas bastan), en clara alusión a la marca precedente de **ADIDAS**.

De la misma forma que **ADIDAS** protege su marca identitaria, en la novela de Wilde, John Worthing, transfigurado en su hermano ficticio Ernest -cuando va a Londres- con fama de *bon vivant* y causante de estragos, no permite que su amigo Algernon "Algy" Moncrieff ose suplantar esa su "otra" identidad en el campo -que tanto tiempo le ha costado construir en la ciudad-, en un intento de aprovecharse parasitariamente y confundir a terceros, en particular, Cecily Cardew.

En resumidas cuentas, en temas de moda, es mejor no ravar-se con **ADIDAS**, ya que no hay dos sin tres y aplicar al caso de marras la frase de Oscar Wilde: "Se tú mismo, el resto de los papeles ya están cogidos."

Luis Sánchez Pérez
Director de Mercantil
Medina Cuadros en Granada

"Las mujeres en los despachos" por Amelia Medina Cuadros

La web jurídica "Lawyerpress" ha publicado un eBook titulado "Abogada. El papel de la mujer en la Justicia", en esta edición ha colaborado Amelia Medina Cuadros, Abogada y Socia de Medina Cuadros, escribiendo un artículo en el que resalta el papel de las mujeres que se dedican a la práctica del Derecho en un despacho como Medina Cuadros.

¿Por qué las mujeres, siendo mayoría en el sector legal, no logran acceder a puestos de responsabilidad en los despachos?

No es del todo cierto que así sea. Sí que hay **mujeres** que ocupan puestos de **responsabilidad en los despachos**, si bien, no lo hacen en la misma proporción que los hombres.

Las mujeres históricamente venimos dirigiendo el principal "negocio" que mueve la humanidad: "la vida familiar". Las mujeres, por naturaleza, venimos organizando equipos (la familia) a lo largo de la historia, somos **resolutivas, previsoras, reflexivas, capaces de atender varios frentes** a la vez y contamos con unas dotes de **liderazgo** incuestionables.

La cuestión es, si todas estas habilidades son necesarias para un puesto de responsabilidad, **¿por qué les cuesta tanto a los bufetes ceder estos cargos al sexo femenino?**

La respuesta fácil sería alegar 'el machismo' como motivo último de esta situación, ya que los puestos directivos que deciden quienes ocuparán los cargos de responsabilidad, vienen siendo ocupados por hombres. En parte es cierto que el hombre se siente "amenazado" ante mujeres inteligentes. No lo digo yo, lo dice un artículo publicado en 2015 en la revista PERSONALITY AND SOCIAL PSYCHOLOGY BULLETIN. Según el estudio realizado, tras una entrevista a los participantes masculinos, estos dijeron sentirse menos masculinos ante mujeres con inteligencia superior a ellos.

Pero como digo, esa sería la respuesta fácil. Desde mi punto de vista, es una cuestión mucho más ambigua.

Ahora bien, hay un aspecto que no podemos eludir como "cooperador necesario" en esta cuestión, como es la actitud de la mujer ante la misma. Las mujeres somos conscientes de la entrega que este tipo de cargos requieren y ello, unido a la suma de obligaciones extraprofesionales que tenemos, hace que no peleemos por esos puestos de responsabilidad que tan merecidamente deberíamos ocupar, **venciendo la inseguridad (o responsabilidad) a la ambición.**

¿Cómo afecta el techo de cristal a las mujeres en el sector legal?

El techo de cristal en el sector legal, al igual que en otros sectores, es una realidad. El principal problema con el que nos encontramos, es que es una realidad visible en mayor medida para las mujeres, pero no así para los hombres. Me explico: Según los

Información de calidad y MUCHO MÁS...
lawyerpress[®]
 Las mujeres en los despachos
 lawyerpress[®]
 96191088



Amelia Medina Cuadros
 Socia Abogada de Medina Cuadros y
 Directora del Departamento de Formación y Auditoría Interna.



Abogada- La mujer en la justicia

eBook de Lawyerpress

resultados del estudio presentado por la presidenta del **CGPJ**, para más de la mitad de los abogados (**57%**), la barrera invisible que desequilibra la proporción de hombres y mujeres en los altos puestos profesionales en favor de los primeros, es una realidad evidente. Pero repito, es evidente para ellas, ya que así opinan el **77% de las profesionales, frente al 40% de los compañeros.**

Debe ser un objetivo prioritario para los bufetes de abogados con vocación de perpetuidad el que sus **Departamentos de Recursos Humanos** ser rijan por criterios de calidad y excelencia y ello para dar el mejor servicio a sus clientes. Así, en **Medina Cuadros**, se valoran las aptitudes de los profesionales, contratando a las personas más cualificadas para cada puesto de trabajo, sin discriminar por el sexo del aspirante, siendo muchas las mujeres que ocupan puestos de responsabilidad. Quizás sea esa una de las razones por las que **este 2018 cumplimos 40 años desde su fundación y continuamos creciendo. Destacar que mi mejor jefe y del que más he aprendido ha sido una mujer, cofundadora de la firma.**

¿Se puede compatibilizar la vida personal, la de madre y la de profesional?

Desde mi punto de vista, esto es un **trío irreconciliable**. Cuando me hablan de conciliación familiar, respondo: "Concilia... ¿qué?" **Por definición, conciliar consiste en compatibilizar dos elementos que son contrarios, pero si en la ecuación introducimos un tercero, resulta del todo utópico.**

Pero ojo, la conciliación no entiende de sexos. Un hombre, al igual que una mujer, necesita poder conciliar su vida profesional y personal, su papel es muy importante en la estructura familiar. Es **una necesidad social** que nos incumbe a todos. Además, cada vez existen más familias desestructuradas (detesto este término) y los progenitores se encuentran con muchas más dificultades para organizar la logística familiar.

En general, las mujeres de hoy en día so-

mos **todoterreno o superwomen**, por voluntad propia o por necesidad. Llevamos adelante la casa, el trabajo, los niños, las mascotas y, con suerte, nos dedicamos un par de horas a la semana de ejercicio físico, pero, aun así, nos sentimos frustradas ya que no llegamos a dedicarles el tiempo que realmente necesita cada una de estas tareas.

¿Qué se puede hacer para mejorar la integración de la mujer en la vida profesional?

Aquí hay dos cuestiones diferenciadas a tener en cuenta para mejorar esta integración. Por un lado, no podemos olvidar que cualquier puesto de responsabilidad requiere un compromiso y dedicación absolutos, por lo que el primer paso y el más compli-

cado (ya que hablamos de principios), habría que darlo a nivel personal, de manera que la mujer que decida enfocar su carrera profesional hacia un cargo de responsabilidad, deberá plantearse **renunciar a parte de sus obligaciones familiares y personales** y tendrá que tener **capacidad organizativa y logística** para delegar estas obligaciones a cambio de su realización profesional. Por lo tanto, no es posible integración sin delegación de funciones y sin el apoyo, en su caso, de la pareja.

Una vez interiorizado el sacrificio que supondrá asumir un cargo de estas características, el segundo paso será **concienciar a los cargos directivos** de los bufetes de que la mujer, más allá de ser una amenaza, es una aliada perfecta para la empresa, ya que nuestra visión difiere enormemente de la masculina y por lo tanto nos complementamos, nos reforzamos y juntos enriquecemos el trabajo de todo el equipo.

Como anécdota os puedo contar (aunque es posible que levante alguna ampolla) que el día del parto de mi hija pequeña, tenía señalada una reunión importante con un cliente de mi cartera, a la que envié a otro compañero del bufete en mi representación. La reunión era a las 17 hs. y mi hija nació a las 16.30. Pues bien, a las 17 hs. conecté telefónicamente con la reunión lo cual agradeció enormemente el cliente, ya que para ellos yo era su persona de confianza en el despacho. A eso me refiero con responsabilidad y sacrificio.

Un **horario flexible** ayudaría enormemente a desempeñar el puesto con menos estrés, pero ello no va a evitar la renuncia de la que hablamos.

Por suerte cada vez son más los despachos como el mío, en los que **no existe brecha salarial**, de manera que el sueldo se fija en función del puesto sin hacer distinción de sexos, y eso ya es un avance.

Amelia Medina Cuadros
 Socia Abogada de Medina Cuadros y
 Directora departamento de Formación y Auditoría Interna



BOLETÍN NOTICIAS

Edita: Dirección de Comunicación

Hermanos Bécquer, 8-1ª Planta, 28006 Madrid
Tlf. +34 91 562 53 23 | Fax +34 91 411 95 79
www.medinacuadros.com | info@medinacuadros.es



“Una alternativa de política económica”, conferencia de Manuel Escudero en la 9ª edición de Encuentros para compartir

La nueva edición de los desayunos organizados por Medina Cuadros y Quironprevención estuvo centrada en la situación actual de la economía española y en las alternativas posibles orientadas a la búsqueda y el encuentro de nuevo con la sociedad del bienestar.

Manuel Escudero Zamora, Secretario de Área de Política Económica y Empleo del PSOE, fue el encargado de analizar la realidad económica actual de nuestro país.

Durante aproximadamente hora y media, Manuel Escudero desarrolló su punto de vista sobre los problemas que afectan a la **sociedad española como la precarización en los contratos de trabajo** y la disminución del ahorro familiar que desembocan en una **sociedad polarizada**. Esta situación afecta a la gran mayoría de las familias españolas.

Como contraprestación a la lucha contra estas trabas, se está produciendo el **auge de profesionales y empresas que están funcionando muy bien y se están convirtiendo desde hace unos años en el motor** de la economía española basados en los avances tecnológicos y en el auge de las energía renovables.

Para Manuel Escudero la solución pasa por buscar la productividad, mejorar y apostar por políticas de formación profesional para el **empleo, la innovación y la política industrial**.

Los desayunos **“Encuentros para compartir”**, que organizan Medina Cuadros y Quironprevención, suponen un proyecto altamente consolidado que ha cumplido ya su novena edición.

En medio de un ambiente acogedor, como es habitual en estos desayunos, y con una gran convocatoria donde se encuentran **empresarios y directores genera-**



les de las empresas más representativas de nuestro país, comenzó el acto alrededor de una mesa, donde **Raúl Rodríguez**, director de Relaciones Institucionales de Medina Cuadros, presentó a **Manuel Escudero**, un profesional experto en economía que además de ser el Secretario de Política Económica y Empleo del PSOE, es en la actualidad, consultor internacional en Madrid, Asesor Especial de la Oficina del Global Compact de Naciones Unidas en Nueva York y presidente del Foro de Economía Progresista.

Posteriormente, fue el turno de **Manuel Medina**, Socio Fundador de **Medina Cuadros**, que dio la bienvenida a los asistentes, y agradeció a los conferenciantes su presencia en este desayuno, además, aprovechó para presentarles su **nuevo libro, el decimoquinto** de su dilatada producción literaria que sale a la venta el próximo **15 de marzo** y que constituye un **análisis sencillo y certero de la crisis bancaria en España**. Un asunto muy relacionado con la situación económica de las últimas décadas en España y por tanto muy relacionado con **el tema de la conferencia programada para esta 9ª edición de los**

desayunos **“Encuentros para compartir”**. Para el fundador de Medina Cuadros: **“Manuel Escudero es un testigo muy destacado de la situación real económica a la que nos enfrentamos hoy en día en un mundo global muy polarizado donde es imprescindible entender qué está pasando y apostar por políticas que arrojen la luz necesaria para entender la génesis, la actualidad y el futuro de la situación económica de nuestro país”**.

Manuel Medina aprovechó para destacar estos desayunos que se prolongan ya desde **hace dos años** y que suponen un éxito de convocatoria donde se comparten inquietudes y **se refuerzan las relaciones** entre las empresas fomentando un **ámbito profesional** de conocimiento y debate que influye **positivamente** en las oportunidades de **desarrollo y crecimiento a nivel empresarial**.

Al finalizar la exposición del **conferenciante**, comenzó un **debate con los asistentes, muy instructivo, donde se pusieron en común las inquietudes que tienen al respecto los empresarios y directores de recursos humanos**.

El desayuno concluyó con la sensación entre los asistentes de que habían acudido a una conferencia magistral impartida por un brillante y cualificado experto, Manuel Escudero, que con su brillante trayectoria concluyó su exposición argumentando: **“Entre todos y con buenas aplicaciones económicas podemos contribuir a mejorar las políticas de atención pública, conseguir un sistema público de pensiones, llegar a la igualdad laboral y una estabilidad económica entre el sistema público y privado para que se complementen**.

Medina Cuadros más cerca

Madrid

Hermanos Bécquer, 8 - 1ª 28006 Madrid
Tlf. 91 562 53 23 // Fax 91 411 95 79

General Moscardó, 3 y 5, 28020 Madrid
Tlf. 91 562 53 23 // Fax 91 411 95 79

Ciudad de México

Bosques de Ciruelos, 194 - Colonia Bosques de Las Lomas 11700 Ciudad de México
Tlf.+52 55 52 45 73 49/50

Sevilla

Calle Balbino Marrón, 3 41018 Sevilla
Tlf. 95 493 37 84 // Fax 95 528 39 24

Jaén

Paseo de la Estación, 3 23007 Jaén
Tlf. 953 24 40 30 //Fax 953 24 05 03

Granada

Plaza Campo Verde, 3-3º 18001 Granada
Tlf. 958 21 67 89 // Fax 958 22 99 29

Santiago de Compostela

Fuente de San Antonio, 25-1º 15702
Tlf. 981 55 85 98 // Fax 981 58 30 26

Las Palmas

Buenos Aires, 8, Ofi. 3 35002 Las Palmas
Tlf. 928 50 67 86 // Fax 928 50 67 11

Valencia

Gran Vía Marqués del Turia, 55- 8ª 46005 Valencia
Tlf. 96 352 53 78 // Fax 96 394 19 98