

Sumario

	<i>Página</i>
BIBLIOGRAFÍA GENERAL	19
ABREVIATURAS.....	21
PRÓLOGO A LA DECIMOSEXTA EDICIÓN.....	27
PRÓLOGO A LA PRIMERA EDICIÓN.....	29

CAPÍTULO I

ORIGEN, EVOLUCIÓN Y SIGNIFICADO ACTUAL DEL DERECHO MERCANTIL

I. Significado actual del Derecho mercantil	31
II. El Derecho mercantil tradicional.....	33
III. El Derecho de la competencia	48
IV. Evolución reciente: el nuevo Derecho mercantil.....	52
V. El Derecho mercantil en la actualidad	71
Bibliografía.....	78
Obras individuales del autor	79

CAPÍTULO II

FUENTES DEL DERECHO MERCANTIL

I. Problemática actual de las fuentes del Derecho mercantil	83
II. Incidencia de las normas de la Unión Europea en las fuentes del Derecho mercantil.....	87
III. La Constitución Española y el Derecho mercantil.....	111
IV. Leyes y prelación de fuentes en materia mercantil	119
Bibliografía.....	130
Obras individuales del autor	132

CAPÍTULO III

MERCADO Y DERECHO MERCANTIL

I. Significado del mercado para el Derecho mercantil.....	135
II. Los sujetos del mercado y el Derecho mercantil	136
III. Objetos de tráfico económico en el mercado	155
IV. Comercio electrónico	173
Bibliografía.....	193
Obras individuales del autor	195

CAPÍTULO IV

EL EMPRESARIO

I. Relación entre empresario y empresa	197
II. El empresario o comerciante según el código de comercio	199
III. Responsabilidad del empresario	201
IV. Estatuto del comerciante o empresario.....	204
V. Operadores económicos y estatuto del empresario.....	232
Bibliografía.....	237
Obras individuales del autor	239

CAPÍTULO V

LA EMPRESA: ELEMENTOS Y NEGOCIOS SOBRE LA MISMA

I. Elementos integrantes de la empresa	241
II. Elementos personales de la empresa	242
III. Arrendamiento del local donde se ejerce la actividad empresarial	274
IV. Fondo de comercio y clientela	287
V. La empresa como objeto en el tráfico económico.....	291
Bibliografía.....	309
Obras individuales del autor	311

CAPÍTULO VI

PROTECCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA

I. Economía de mercado y libre competencia.....	313
II. Significado de la legislación protectora de la libre competencia	315
III. Marco legal de la protección de la libre competencia en España.....	317
IV. Sistema comunitario y español de protección de la libre competencia	330
V. Colusiones entre empresas: distintos modelos de regulación.....	335
VI. Principio general aplicable a las colusiones entre empresas.....	336
VII. Supuestos más importantes de colusiones prohibidas.....	353
VIII. Posibles modalidades de exención de la prohibición de las colusiones.....	355
IX. Prohibición del abuso de posición dominante	362
X. Falseamiento de la libre competencia por actos desleales	366
XI. Control de las concentraciones.....	366
XII. Órganos, procedimiento y sanciones.....	372
XIII. Ayudas públicas	377
Bibliografía.....	380
Obras individuales del autor	385
Obras coordinadas por el autor	386
Obras en colaboración del autor	386

CAPÍTULO VII

PRINCIPIO DE CORRECCIÓN EN EL TRÁFICO ECONÓMICO: LA COMPETENCIA DESLEAL

I. Legislación vigente.....	390
II. El origen de la regulación contra la competencia desleal	391
III. La incidencia del derecho «antitrust»	392
IV. Competencia desleal y protección de los consumidores.....	394
V. Competencia desleal y derechos exclusivos de propiedad industrial.....	397

	<i>Página</i>
VI. Nociones introductorias sobre la LCD de 2009	399
VII. Ámbito de la protección contra la competencia desleal	405
VIII. Cláusula general prohibitiva de la competencia desleal	408
IX. Nueva cláusula general para consumidores y usuarios.....	415
X. Supuestos concretos de actos de competencia desleal	417
XI. Los códigos de conducta	445
XII. Modelo de competencia que subyace a la enumeración de supues- tos concretos prohibidos	448
XIII. Acciones y procedimiento	451
Bibliografía	457
Obras individuales del autor	460
Obras coordinadas del autor.....	461

CAPÍTULO VIII

PATENTES Y PROTECCIÓN DE OTRAS CREACIONES

I. Finalidad del Derecho de patentes	463
II. Legislación y convenios internacionales.....	465
III. La Ley de Patentes de 2015	469
IV. Requisitos de patentabilidad	471
V. Requisitos subjetivos para la obtención de una patente.....	476
VI. Solicitud y procedimiento de concesión	478
VII. Derecho exclusivo de explotación	486
VIII. La patente como objeto de propiedad	495
IX. Nulidad y caducidad de patentes	497
X. Especialidades en materia de invenciones biotecnológicas	498
XI. Modelos de utilidad	502
XII. Obtenciones vegetales	505
XIII. Protección jurídica del diseño industrial	509
Bibliografía	538
Obras individuales del autor	541

	<i>Página</i>
Obras coordinadas por el autor	547
Obras en colaboración del autor	548

CAPÍTULO IX

**MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS EN EL TRÁFICO
ECONÓMICO**

I. Competencia económica y signos distintivos de la empresa	550
II. Signos distintivos de la empresa y otros signos distintivos en el tráfico económico.....	552
III. Relación entre los signos distintivos de la empresa y las patentes.....	553
IV. Legislación aplicable y jurisprudencia.....	555
V. Noción y funciones de la marca	557
VI. Clases de marcas.....	559
VII. Requisitos objetivos de la marca	561
VIII. Requisitos subjetivos del titular de la marca y adquisición del derecho	578
IX. Procedimiento de registro.....	579
X. Contenido del derecho.....	583
XI. Acciones por violación del derecho de marca	590
XII. Marcas notorias y renombradas	596
XIII. Cargas que pesan sobre el titular de la marca.....	599
XIV. Marca y solicitud de marca como objeto de propiedad	601
XV. Nulidad y caducidad de marcas	603
XVI. Marcas colectivas y de garantía.....	606
XVII. Las marcas en el ámbito internacional.....	607
XVIII. Nombre comercial	610
XIX. Rótulo de establecimiento.....	612
XX. La nueva problemática planteada por los nombres de dominio en internet.....	614
XXI. Denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas	626
Bibliografía.....	634

	<i>Página</i>
Obras individuales del autor	638
Obras coordinadas por el autor	640

CAPÍTULO X

EL PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA EN EL DERECHO MERCANTIL

I. Mercado y principios que rigen en él	641
II. El principio de transparencia y el mercado de valores.....	642
III. Transparencia y diversos cauces de información en el mercado....	643
IV. La información de sociedades de la UE y medios que proporciona la informática	646
V. La transparencia y el Registro Mercantil	647
VI. La calificación del Registrador mercantil.....	649
VII. Depósito de las cuentas anuales.....	651
VIII. Otras funciones del Registro Mercantil	651
IX. Registro Mercantil Central	651
X. El registro de Bienes Muebles	652
XI. Auditoría de cuentas.....	653
XII. El secreto empresarial.....	654
XIII. Transparencia dinámica	654

CAPÍTULO XI

EL PRINCIPIO DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

I. Razón de ser y origen del principio de protección de los consumidores	657
II. El artículo 51 de la Constitución Española	659
III. Normas diferentes para la protección de los consumidores.....	661
IV. La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios..	661
V. Relación de la protección de los consumidores con otros principios constitucionales.....	664
VI. La protección de los consumidores en la Unión Europea.....	666
VII. La noción de «consumidor».....	669

	<u>Página</u>
VIII. El consumidor medio	675
IX. Los actos mixtos	675
X. Principales innovaciones legales vinculadas a la protección de los consumidores	676
Bibliografía	678
Obras individuales del autor	679