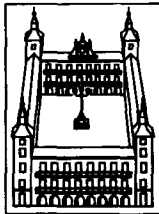


RITA LARGO GIL
Profesora Titular de Derecho Mercantil
Universidad de Zaragoza

LAS MARCAS DE GARANTIA

Prólogo de
IGNACIO QUINTANA CARLO
Catedrático de Derecho Mercantil



EDITORIAL CIVITAS, S. A.

INDICE

Abreviaturas	9
Prólogo	11
I. Introducción	15
II. Panorama normativo	19
1. SIGNIFICADO DE LA LEY DE MARCAS DE 1988	19
2. INSERCIÓN DE LA LEY DE MARCAS EN EL SISTEMA CONSTITUCIONAL Y AUTONÓMICO ESPAÑOL	23
3. INSERCIÓN DE LA LEY DE MARCAS EN EL MARCO INTERNACIONAL Y EN EL COMUNITARIO EUROPEO	25
4. SITUACIÓN EN DERECHO COMPARADO	32
III. La categoría de las marcas de garantía	43
1. GENERALIDADES	44
1.º <i>Precedentes históricos</i>	44
2.º <i>Concepto, caracteres, funciones e intereses tutelados</i> ..	50
3.º <i>Clases</i>	65
2. DELIMITACIÓN RESPECTO DE OTRAS FIGURAS AFINES	66
1.º <i>Las indicaciones de procedencia</i>	69
2.º <i>Las denominaciones de origen</i>	72
3.º <i>Las denominaciones genéricas</i>	81
IV. Análisis del régimen jurídico vigente sobre las marcas de garantía: en especial, las particularidades	89
1. COMPOSICIÓN	89
2. ADQUISICIÓN DEL DERECHO SOBRE LA MARCA	90
3. PROCEDIMIENTO DE REGISTRO	92
4. CONTENIDO DEL DERECHO DE MARCA	98
1.º <i>Derecho a utilizar la marca con carácter exclusivo. Separación permanente e institucional entre titularidad y uso de la marca. Relación jurídica entre el titular de la marca y los usuarios de la misma</i>	99
2.º <i>Tutela jurídica de las marcas de garantía. Acciones ejercitables con base en la Ley de Marcas. Otras vías</i>	105
5. LA MARCA DE GARANTÍA COMO OBJETO DE DERECHO Y DE TRÁFICO JURÍDICO	112
6. NULIDAD, CADUCIDAD Y RENUNCIA AL DERECHO DE MARCA	114
V. Consideraciones finales	123
Bibliografía	125