

Capítulo I. Introducción. Eficacia, origen e intereses protegidos

1. INTRODUCCIÓN. APROXIMACIÓN A LA INSTITUCIÓN DE LA CADUCIDAD POR TOLERANCIA

2. LA EFICACIA DE LA INSTITUCIÓN DE LA “CADUCIDAD POR TOLERANCIA” EN EL SISTEMA MARCARIO

2.1. La marca y sus funciones

2.2. El registro de la marca y las prohibiciones aplicables

2.3. La eficacia sanatoria de la “caducidad por tolerancia”

3. EL ORIGEN DE LA CADUCIDAD POR TOLERANCIA Y LOS INTERESES PROTEGIDOS POR LA INSTITUCIÓN

3.1. Algunos apuntes sobre la caducidad por tolerancia en nuestro sistema antes de la LM 2001

3.2. El nacimiento de la institución

3.3. Los intereses protegidos

Capítulo II. Ámbito de aplicación

1. EL CONFLICTO ENTRE UN DERECHO ANTERIOR Y UNA MARCA REGISTRADA

2. LA “MARCA ANTERIOR

3. MARCAS RENOMBRADAS ANTERIORES

4. EL NOMBRE COMERCIAL Y OTROS “DERECHOS ANTERIORES”

4.1. El nombre comercial

4.2. Otros derechos anteriores ex art. 9 LM

5. LA MARCA POSTERIOR REGISTRADA

6. LA MARCA POSTERIOR NO REGISTRADA

Capítulo III. Presupuestos de aplicación

1. LA TOLERANCIA

2. EL CONOCIMIENTO DEL USO

3. EL USO

3.1. Consideraciones generales

3.2. El uso parcial

3.3. El uso por otro

3.4. El uso de la marca posterior en forma distinta a la registrada

3.5. La utilización de la marca posterior en España, aplicándola a los productos o servicios o a su presentación, con fines exclusivamente de exportación.

4. EL PERIODO DE TOLERANCIA

4.1. El dies a quo del término quinquenal

4.2. La tolerancia quinquenal continuada

5. LA BUENA FE DEL SOLICITANTE POSTERIOR

Capítulo IV. Los efectos y la naturaleza de la caducidad por tolerancia

1. LOS EFECTOS

1.1. La coexistencia de las marcas

1.2. La inmutabilidad de una situación estabilizada en el tiempo

1.3. Las consecuencias sobre la marca convalidada