

Bibliografía

REESTRUCTURACIÓN Y LIQUIDACIÓN DE MICROEMPRESAS EN CRISIS



Autor: Enrique Sanjuán y Muñoz

Editorial: Tirant Lo Blanch

Págs.: 444

ISBN: 9788411473293

La modificación del texto refundido de la Ley Concursal 1/2020, que se ha producido con la Ley 16/2022 de 5 de septiembre, va mucho más allá de una simple reforma e incluso de una mera incorporación de la Directiva UE 2019/1023 de Reestructuración Empresarial e Insolvencia que era el objetivo inicial. Nos encontramos ante una verdadera refundación concursal en nuestro sistema que, paradigmáticamente, ha pasado de tener un centro esencial de eficiencia localizado en la satisfacción de los acreedores del deudor insolvente, para convertirse en un sistema focalizado en el salvamento de las empresas y empresarios en crisis cuya viabilidad siga siendo posible. El sistema, sin embargo, ha venido a distinguir tres grupos de empresas: microempresas, pymes y resto de empresas. Este libro se dirige a analizar, una vez que la norma ha sido publicada en BOE con fecha de 6 de septiembre de 2022, el primero de dichos grupos y los dos caminos de Continuación y de Liquidación que la norma establece. Aunque el Libro III, donde se localiza esa regulación, no entrará plenamente en vigor hasta 1 de enero de 2023, pendiente de la aprobación de la plataforma de interconexión y liquidación y de los formularios telemáticos necesarios para ello, es evidente que tenemos un régimen transitorio que hace aplicables otras partes de la reforma a las microempresas y un régimen remitivo que nos llevará al estudio de instituciones del régimen concursal y del régimen del Plan de Reestructuración del Libro II. Por tanto, es un libro que analiza en profundidad, para su reflexión, todo el sistema.

COMENTARIO AL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE CONSUMIDORES Y USUARIOS



Dirección: Ana Cañizares Laso
Editorial: Tirant Lo Blanch
Págs.: 2538 (2 vol.)
ISBN: 9788411306430

La protección de los consumidores es un principio informador del ordenamiento jurídico, por aplicación del artículo 51 de la Constitución Española. Como consecuencia de las distintas Directivas en materia de consumo se ha producido en cierta medida una excesiva producción legislativa que dificulta a los operadores jurídicos su conocimiento y aplicación. A dicha proliferación de leyes y abundante normativa de protección de los consumidores respondió, en su momento, la promulgación del Real Decreto-Legislativo 1/2007, por el que se aprobó el "Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias". Gran parte del contenido del Texto Refundido se debe a la transposición de varias Directivas de la Unión Europea. La dificultad de la revisión constante de las normas de protección del consumidor es evidente y de hecho en los últimos tiempos se han producido varias reformas por la necesidad de transposición de diferentes Directivas. Así mediante Real Decreto 7/2021, de 27 de abril, se transponen las Directivas 2019/770 y 2019/771. Y de la misma manera por medio del Real Decreto-Ley 24/2021, de 2 de noviembre se transpone la Directiva 2019/2161. La última reforma, esta sí por Ley, ha sido la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.

Con esta obra se pretende que, si bien dentro de la dificultad, se recojan las cuestiones fundamentales, artículo por artículo, del Texto Refundido. Además, se espera conseguir que el operador jurídico, al abordar una materia concreta, encuentre el estado actual de la doctrina y la jurisprudencia, tanto del Tribunal Supremo como del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, y a la par donde acudir a las obras de referencia.

LA MARCA DE GARANTÍA EN LA LEY ESPAÑOLA DE MARCAS

*La marca de garantía
en la Ley Española de Marcas*

Carlos Lema Devesa



●●● Marcial
Pons

Autor: Carlos Lema Devesa

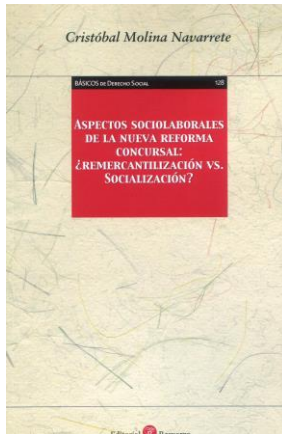
Editorial: Marcial Pons

Págs.: 107

ISBN: 9788413814858

Hace algunas décadas se señalaba que las marcas de garantía no habían tenido éxito. Sin embargo, en la actualidad, se observa la importancia de las mismas. Así lo acredita, por un lado, su implantación en el mercado español; y, por otro lado, su introducción en la Unión Europea, en el Reglamento de 14 de junio de 2017 sobre la marca de la Unión Europea, que regula las marcas de certificación o —en terminología española— las marcas de garantía. Estas marcas constituyen un valioso instrumento, sobre todo, para las pequeñas y medianas empresas. En primer lugar, les permiten penetrar más fácilmente en el mercado. En segundo lugar, se acrecienta la buena fama de los productos o servicios que portan la marca de garantía. Y, en tercer lugar, el usuario de la marca de garantía obtiene un importante ahorro en relación con los gastos publicitarios. Paralelamente, la marca de garantía también beneficia a los consumidores: les facilita información sobre el «status» del correspondiente producto o servicio. De modo que el consumidor podrá adquirir productos o servicios que ostenten un «plus», que preconiza la marca de garantía frente a productos o servicios del mismo género que no lo presentan. En esta monografía se realiza un estudio exhaustivo de la marca de garantía tras la reforma operada por el Real Decreto-ley 23/2018, de 21 de diciembre, que —entre otras— transpone a nuestro Ordenamiento Jurídico la Directiva (UE) de 16 de diciembre de 2015, relativa a la aproximación de la legislación de los Estados miembros en materia de marcas. Primeramente, se aborda el concepto de esta figura, diferenciando la misma frente a las marcas colectivas y las denominaciones de origen. Ulteriormente se resaltan sus notas características. Además, se analiza la legitimación para solicitar las marcas de garantía y el registro de las mismas, pasando revista a los motivos generales de denegación y examinando —con minuciosidad— los motivos de denegación específicos de la marca de garantía. Por lo demás, se realiza un detallado análisis del Reglamento de uso de la marca de garantía, el «alma» de este tipo de marcas; y, seguidamente, la utilización de esta clase de marcas por los terceros, toda vez que su titular no puede usarla. Posteriormente, se estudia la legitimación activa para ejercitar las acciones por infracción de la marca de garantía y la cesión de la misma. Finalmente, se analiza en profundidad la caducidad de la marca de garantía, en concreto las causas específicas de caducidad. La obra concluye con el examen de la nulidad de la marca de garantía, realizándose un estudio pormenorizado de las causas específicas de tal nulidad.

ASPECTOS SOCIOLABORALES DE LA NUEVA REFORMA CONCURSAL ¿RE MERCANTILIZACIÓN VS. SOCIALIZACIÓN?



Autor: Cristóbal Molina Navarrete

Editorial: Bomarzo

Págs.: 128

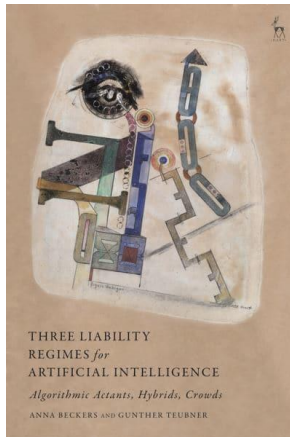
ISBN: 9788418330179

La Ley 16/2022, de 5 de septiembre, cambia profundamente la regulación de los procedimientos de insolvencia. También el artículo 86.ter de la Ley Orgánica del Poder Judicial ha sido modificado por Ley Orgánica 7/2022, de 27 de julio. Ambas reformas inciden intensamente en los aspectos laborales y de seguridad social.

El nuevo Texto Refundido de la Ley Concursal ha convalidado los vicios ultra vires del texto de 2020, por lo que, por ejemplo, competencias antes del orden social (ej. sucesión de empresa) ahora son de los juzgados de lo mercantil. A cambio, mejora la protección de los créditos laborales.

Este libro expone sistemáticamente todas las novedades relevantes desde un punto de vista sociolaboral.

THREE LIABILITY REGIMES FOR ARTIFICIAL INTELLIGENCE



Autores: Anna Beckers; Gunther Teubner

Editorial: Hart Publishing

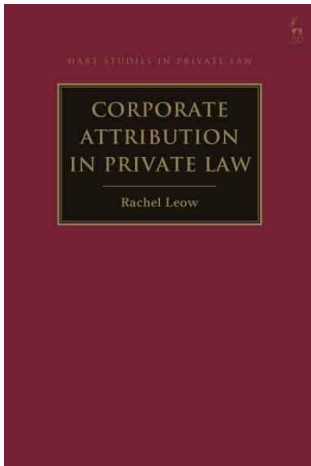
Págs.: 208

ISBN: 9781509949335

This book proposes three liability regimes to combat the wide responsibility gaps caused by AI systems - vicarious liability for autonomous software agents (actants); enterprise liability for inseparable human-AI interactions (hybrids); and collective fund liability for interconnected AI systems (crowds). Based on information technology studies, the book first develops a threefold typology that distinguishes individual, hybrid and collective machine behaviour. A subsequent social science analysis specifies the socio-digital institutions related to this threefold typology. Then it determines the social risks that emerge when algorithms operate within these institutions. Actants raise the risk of digital autonomy, hybrids the risk of double contingency in human-algorithm encounters, crowds the risk of opaque interconnections.

The book demonstrates that the law needs to respond to these specific risks, by recognising personified algorithms as vicarious agents, human-machine associations as collective enterprises, and interconnected systems as risk pools - and by developing corresponding liability rules. The book relies on a unique combination of information technology studies, sociological institution and risk analysis, and comparative law. This approach uncovers recursive relations between types of machine behaviour, emergent socio-digital institutions, their concomitant risks, legal conditions of liability rules, and ascription of legal status to the algorithms involved.

CORPORATE ATTRIBUTION IN PRIVATE LAW



Autor: Rachel Leow

Editorial: Hart Publishing

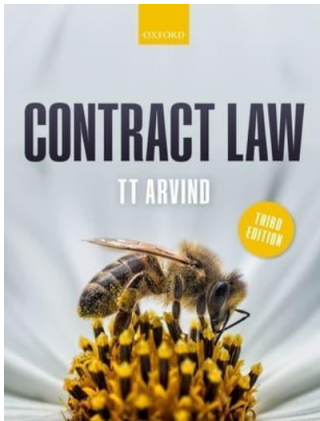
Págs.: 336

ISBN: 9781509941353

Looking at key questions of how companies are held accountable under private law, this book presents a succinct and accessible framework for analysing and answering corporate attribution problems in private law. Corporate attribution is the process by which the acts and states of mind of human individuals are treated as those of a company to establish the company's rights, duties, and liabilities. But when and why are acts and states of mind attributed in private law? Drawing on a wide range of material from across the disparate areas of company law, agency law, and the laws of contract, tort, unjust enrichment, and equitable obligations, this book's central argument is that attribution turns on the allocation and delegation of the company's own powers to act. This approach allows for a much greater and clearer understanding of attribution.

A further benefit is that it shows attribution to be much more united and coherent than it is commonly thought to be. Looking at corporate attribution across the broad expanse of the common law, this book will be of interest to lawyers across the common law world, including the United Kingdom, Australia, Canada, and Singapore.

CONTRACT LAW



Autor: T.T. Arvind

Editorial: Oxford University Press

Págs.: 600

ISBN: 9780198867777

Students often find the complex and commercial nature of contract law a real challenge. Contract Law tackles this head-on with problem scenarios and illustrations that reinforce learning and bring the law to life. It equips students with comprehensive knowledge of contract law and gives them the opportunity to engage with the content at a much deeper level. The clear structure and guiding narrative, married with rigorous academic analysis and examination of the law, provides unrivalled support to enable students to confidently navigate the complexities of contract law. Contract Law empowers students to understand, analyse, and critique the law, and to develop their ability to participate in academic debate with confidence and skill. Digital formats and resources: The third edition is available for students and institutions to purchase in a variety of formats, and is supported by online resources.

The e-book offers a mobile experience and convenient access along with functionality tools, navigation features and links that offer extra learning support: www.oxfordtextbooks.co.uk/ebooks

On the accompanying online resources students can find additional support for their studies, including podcasts and videos