



María Paz Molina

Abogada del Departamento Mercantil y Societario en Ventura Garcés (Madrid).



Comercialización por terceros de productos portadores de marca registrada

En un mercado de libre competencia, la **marca** sirve al empresario para dar a conocer su producto y diferenciarlo de otros productos similares y que se encuentran en el mismo mercado. Por otro lado, la **marca** ayuda y facilita la elección del producto por los consumidores.

La marca registrada confiere a su titular un **derecho exclusivo** sobre la misma, facultándole para prohibir a cualquier tercero el uso, sin su consentimiento, en el tráfico económico. No obstante, dicho derecho se encuentra limitado, de manera que el derecho conferido por el registro de marca no permitirá a su titular prohibir a terceros el uso de ésta si se hubiere producido el llamado “**agotamiento del derecho de marca**”.

Sobre el agotamiento del derecho de marca

El agotamiento del derecho de marca se encuentra regulado en el **artículo 36** de la [Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas](#), según el cual “*El derecho conferido por el registro de marca **no permitirá** a su titular **prohibir a terceros** el uso de la misma para productos comercializados en el **Espacio Económico Europeo** con dicha marca por el titular o con su consentimiento.*”, así como en el artículo 15 del