



**DERECHO**  
**VIRTUAL**

# Derecho Mercantil 1

Última actualización: 06/10/2025

# **AVISO LEGAL**

Este libro es propiedad exclusiva de Derecho Virtual y ha sido elaborado únicamente para el uso de los alumnos inscritos en la academia. Su contenido está protegido por las leyes de propiedad intelectual y derechos de autor. Queda estrictamente prohibida cualquier forma de reproducción, distribución, comercialización, comunicación pública, transformación o cualquier otro uso no autorizado total o parcial del contenido de esta obra, en cualquier formato o por cualquier medio, sin el consentimiento previo y por escrito de Derecho Virtual. El incumplimiento de esta prohibición podrá dar lugar a las responsabilidades legales correspondientes. Todos los derechos reservados





# ÍNDICE - DERECHO MERCANTIL 1

	Pág.
<b>BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6-17</b>
Tema 1: Introducción Al Derecho Mercantil .....	7
Tema 2: Fuentes del Derecho Mercantil .....	11
<b>BLOQUE 2: ¿QUÉ ES UN EMPRESARIO? .....</b>	<b>18-70</b>
Tema 1: El Empresario I .....	19
Tema 3: El Empresario III .....	26
Tema 4: El Empresario IV .....	31
Tema 5: La Empresa Como Ente Jurídico .....	37
Tema 6: Registro Mercantil I .....	45
Tema 7: Registro Mercantil II .....	49
Tema 8: Registro Mercantil III .....	55
Tema 9: La Contabilidad Mercantil I .....	59
Tema 10: La Contabilidad Mercantil II .....	65
<b>BLOQUE 3: DERECHO DE LA COMPETENCIA .....</b>	<b>71-104</b>
Tema 1: Derecho de la Competencia I .....	72
Tema 2: Derecho de la Competencia II .....	77
Tema 3: Caso Práctico. ATRESMEDIA y MEDIASET .....	83
Tema 4: Competencia Desleal I .....	86
Tema 5: Competencia Desleal II .....	90
Tema 6: Competencia Desleal III .....	94
Tema 7: Competencia Desleal IV .....	100
Tema 8: Actos De Competencia Desleal .....	104
<b>BLOQUE 4: PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL .....</b>	<b>105-188</b>
Tema 1: Las Patentes I .....	106
Tema 2: Las Patentes II .....	110
Tema 3: Las Patentes III .....	117
Tema 4: Las Patentes IV .....	122
Tema 5: Las Patentes V .....	129
Tema 6: Modelos De Utilidad .....	137
Tema 7: Diseño Industrial .....	141
Tema 8: Signos Distintivos I .....	144
Tema 9: Signos Distintivos II .....	150
Tema 10: Propiedad Intelectual .....	159
Tema 11: Derechos De Autor I .....	165
Tema 12: Derechos de Autor II .....	171
Tema 13: Derechos De Autor III .....	177
Tema 14: Derechos de Autor IV .....	183

# **BLOQUE 1**

## **INTRODUCCIÓN**

# Tema 1: Introducción Al Derecho Mercantil

La presente Lección se erige en una **introducción conceptual a la disciplina del Derecho Mercantil**, procediendo a la delimitación de su objeto de estudio y su naturaleza jurídica. Conviene precisar que esta clase es preparatoria y meramente introductoria; el contenido fundamental se abordará a partir de la próxima lección, en la que se examinarán las fuentes de esta rama del Derecho.

Para la adecuada comprensión de la materia, es ilustrativo el ejemplo de la actividad empresarial de "**Zapatillas Project**", tienda online de calzado creada por D. Pepe en 2018. El crecimiento de esta compañía se ha traducido en la necesidad de celebrar acuerdos con otras empresas proveedoras de calzado, gestionar financiación bancaria (créditos) con entidades financieras, hacer frente a litigios de competencia (como el plagio del modelo de negocio por "Zapatillas Chapuceras SL") o a oposiciones al registro de la marca por parte de terceros que alegaron que la marca no era original. Todos estos escenarios, ineludiblemente vinculados al mundo de la empresa y los negocios, constituyen el **objeto primario del Derecho Mercantil**.

## 1. Concepto Y Objeto Del Derecho Mercantil

Se define el **Derecho Mercantil como aquella rama del Derecho Privado que tiene por objeto nuclear al empresario, a su estatuto jurídico y a las actividades que este desarrolla en el mercado**, regulándose de forma simultánea los **actos de comercio en general**.

De forma más sucinta y básica, el Derecho Mercantil constituye el sector del **Derecho Privado encargado de normar todo lo concerniente al mundo de la empresa y los negocios**.

Este enfoque implica que el Derecho Mercantil, a diferencia del Derecho Público, se circumscribe al **ámbito personal de las empresas y los consumidores**, excluyendo, por ejemplo, aquellos contratos que una empresa formalice con una Administración Pública.

## 2. Los Actos De Comercio

Un elemento capital dentro del Derecho Mercantil es el concepto de acto de comercio. Con esta denominación se designan todas aquellas **acciones que son ejecutadas por los comerciantes o las empresas con una finalidad lucrativa y que, por su naturaleza, se encuentran sujetas a la regulación del Derecho Mercantil**.

Por ejemplo, el acto por el que D. Pepe (o su empresa) realiza la **compra de zapatillas a un proveedor para su tienda es un acto de comercio** y, por tanto, queda regulado por el Derecho Mercantil. De este modo, cualquier controversia que pueda surgir con el proveedor (v. gr., incumplimiento de plazos o cualquier tipo de incidencia) deberá ser dirimida de conformidad con las normas del Derecho Mercantil.

## 3. Objeto Central Del Derecho Mercantil

### El Empresario

Sujeto que promueve, gestiona y es destinatario de su estatuto jurídico.

### Su Estatuto Jurídico

Conjunto de normas que regulan la actividad del empresario.

### Las Actividades En El Mercado

Comprendivas de los **actos de comercio** y la actividad negocial en general.

## 4. Naturaleza Y Caracteres Del Derecho Mercantil

Para la debida asimilación de la disciplina, se requiere un análisis de sus **características definitorias**:

### 1 Pertenencia Al Derecho Privado

Se reitera que el Derecho Mercantil se integra en el Derecho Privado. Esto implica que no se trata de una rama en la que intervengan cuestiones propias del Derecho Público o en la que participe el Estado.

### 2 Derecho De Fuente Consuetudinaria

La génesis del Derecho Mercantil radica en la costumbre, la cual ha sido el elemento nuclear que ha ido conformando la disciplina, a partir de la cual, históricamente, se ha desarrollado toda una legislación.

### 3 Es Un Derecho Cambiante Y Progresivo (Evolutivo)

Las actividades comerciales son progresivas, lo que confiere al Derecho Mercantil un carácter de derecho totalmente cambiante. La constante evolución, sobre todo a partir de la irrupción del **mundo digital**, fuerza la entrada en vigor de nuevas regulaciones, como las relativas a la tecnología blockchain y los criptoactivos.

## 5. Características Adicionales Del Derecho Mercantil

### Carácter Subsidiario Al Derecho Civil (Derecho Común)

Un rasgo de suma importancia es el apoyo y la subsidiariedad del Derecho Mercantil respecto al Derecho Civil. En aquellos supuestos en que el Derecho Mercantil contenga lagunas normativas (cuestiones no reguladas), se acude al Derecho Civil para suplir dicho vacío, operando este último como Derecho común del Derecho Privado.

### Vocación Global E Internacional

El Derecho Mercantil posee un marcado carácter global e internacional, dada la naturaleza del comercio en un mundo globalizado. Aunque el objeto de estudio se centre en la legislación nacional y europea, la proyección de la empresa ("Zapatillas Project" puede convertirse en una multinacional que abra sede en EE. UU.) lo sitúa en el plano del **Derecho Internacional**.

## 6. Ramas Específicas Del Derecho Mercantil

La diversidad de materias que regula el Derecho Mercantil ha llevado a su segmentación en diversas **ramas especializadas**:

Rama Del Derecho Mercantil	Objeto Esencial De La Regulación	Asignatura
Derecho de la Competencia	Garantía de competencia sana en el mercado	Derecho Mercantil I
Propiedad Industrial	Innovaciones, invenciones y signos distintivos	Derecho Mercantil I
Derecho Societario	Regulación de las empresas	Derecho Mercantil II
Derecho Bancario	Contratos y cláusulas bancarias frente a consumidores	Derecho Mercantil III
Derecho Concursal	Insolvencia empresarial (concurso de acreedores)	Curso Específico

**Otras Ramas:** También existen otras ramas específicas, tales como el Derecho Marítimo o la regulación del intercambio de bienes y servicios entre distintos países (Derecho Internacional). Estas se examinarán de forma somera.

Con esta introducción, quedan sentadas las bases para abordar la próxima lección, en la que se procederá al estudio de las **Fuentes del Derecho**.

# Tema 2: Fuentes del Derecho Mercantil

La determinación de las fuentes del Derecho Mercantil constituye el estudio del conjunto de normas que configuran el ordenamiento jurídico mercantil, así como su orden de prelación o jerarquía. Conviene advertir ab initio que, a pesar de su raíz en el Derecho Privado, las fuentes mercantiles no reproducen miméticamente el esquema tripartito clásico del Derecho Civil (ley, costumbre y principios generales del Derecho), sino que presentan singularidades que justifican un ordenamiento especial.

El marco normativo de las fuentes mercantiles se encuentra primariamente en el **art. 2 del Código de Comercio (CCom)**, si bien este debe interpretarse de forma sistemática con la Constitución Española (CE), en cuanto norma fundamental del ordenamiento, y con la profusa legislación especial que ha generado un fenómeno de descodificación.

La prelación normativa del Derecho Mercantil, según el art. 2 CCom, se establece del siguiente modo:

- Disposiciones contenidas en el CCom (extensibles a la Ley Mercantil Especial).
- Usos del comercio observados generalmente en cada plaza (usos mercantiles).
- Derecho Común (Derecho Civil), como derecho supletorio.



# 1. La Constitución Económica Y El Orden Mercantil

Antes de analizar el esquema del art. 2 CCom, es ineludible situar los principios básicos del Derecho Mercantil en la **Constitución Económica**, que es la parte de la CE que establece las bases por las que se deberá regir la economía. Resulta axiomático que todas las leyes, incluyendo el CCom y la legislación mercantil, deben observar la supremacía constitucional.

## 1.1 Principios Fundamentales Del Orden Económico

Los principios más básicos que sustentan el Derecho Mercantil, si bien de una forma esencial, se encuentran en la CE. De entre ellos, cabe destacar:

### Principio De La Propiedad Privada

Recogido en el **art. 33 CE**.

### Principio De Libertad De Empresa

Establecido en el **art. 38 CE**, que garantiza a los empresarios la facultad de crear, dirigir y fijar las condiciones del desarrollo de su actividad. Una ley que prohibiera las empresas, per exemplum, sería inconstitucional por atentar contra este principio.

## 2.2 Otros Principios Constitucionales (Conexos)

La CE consagra otros principios que, aunque no exclusivos del ámbito mercantil, son relevantes para su desarrollo, tales como:

- El derecho de fundación y de asociación.
- El derecho a la libre elección de profesión.
- El fomento de las sociedades cooperativas.
- La posibilidad de que junto a las empresas privadas, las empresas públicas puedan operar de forma conjunta (conforme al art. 128.2 CE).

**EXAMEN:** Nótese la importancia de la primacía constitucional sobre el Derecho Mercantil; con todo, para el examen es suficiente el conocimiento muy básico de estos principios de la Constitución Económica.

## 3. La Ley Mercantil: Del Código A La Descodificación

El art. 2 CCom establece la prevalencia de las disposiciones contenidas en el Código (Ley Mercantil) como fuente principal del Derecho Mercantil.

### 3.1 El Fenómeno De La Descodificación

Es fundamental comprender que el **CCom es una norma de 1885** y, por tanto, se encuentra totalmente desactualizada. A lo largo del tiempo, ha sufrido un intenso proceso de descodificación. Ello implica que el Derecho Mercantil ya no se encuentra regulado de forma prioritaria y total en el CCom, sino en una amplia lista de leyes especiales y dispersas.

En la práctica, la legislación mercantil está dispersa en leyes especiales (v. gr., la Ley de Defensa de la Competencia, la Ley de Marcas, la de Comprometimiento Mercantil, etc.). Por tanto, al referirse a la "Ley Mercantil" como fuente principal, se debe entender que se alude al amplio elenco de leyes especiales, quedando el CCom reducido a la regulación de los aspectos más básicos.

## 4. Competencia Legislativa Mercantil

La competencia para dictar la legislación mercantil se atribuye de forma exclusiva al Estado [art. 149.1.6.<sup>a</sup> CE]. Esta competencia abarca tanto las normas con rango de ley (emanadas de las Cortes Generales) como aquellas de menor rango (como los Reales Decretos).

No obstante, esta exclusividad se modula por la concurrencia de otros poderes normativos:

### Comunidades Autónomas (CC. AA.)

A pesar de la competencia exclusiva estatal, las CC. AA. pueden desarrollar y regular materias compartidas que no son exclusivamente mercantiles, como normativas relativas a la banca o los seguros. El Estado ha podido ceder ciertas competencias, en áreas como la contratación o la defensa de la competencia. No obstante, en el examen, la respuesta correcta es que el Estado tiene competencia exclusiva.

### Derecho De La Unión Europea (UE)

La normativa mercantil se encuentra fuertemente influida por el Derecho de la UE, que posee amplias competencias para regular áreas como el derecho de la competencia o el derecho de la propiedad intelectual.

El Derecho de la UE se proyecta a través de dos disposiciones principales:

- **Reglamentos:** Normas de aplicación directa en el ordenamiento español. Si un reglamento prohíbe acuerdos que vulneren la competencia para empresas con alta facturación, esta normativa tiene eficacia directa en las empresas españolas.
- **Directivas:** En esta situación, el Estado español debe elaborar una ley (norma de transposición) para cumplir con las exigencias de la UE (v. gr., modificar la Ley de Defensa de la Competencia).

**Derecho Mercantil Internacional:** Es también fuente de derecho mercantil, pero su vigencia se produce solo en virtud de explícito y puntual reconocimiento por parte del Estado (v. gr., un acuerdo de navegación mercantil con países latinoamericanos, que requiere ser refrendado por las Cortes).

## 5. Jerarquía Normativa Y Ámbitos De La Ley Mercantil

Nivel Jerárquico	Fuente / Norma	Regulación y Ámbito de Influencia
<b>1.º (Máximo)</b>	Constitución Española (CE)	Principios básicos (Propiedad Privada, Libertad de Empresa).
<b>2.º (Principal)</b>	Ley Mercantil (CCom y Leyes Especiales)	Aplicación directa. Estado tiene competencia exclusiva (art. 149.1.6. <sup>a</sup> CE).
<b>3.º (Europeo)</b>	Derecho UE (Reglamentos/Directivas )	Reglamentos son aplicación directa.
<b>4.º (Internacional)</b>	Tratados Mercantiles	Requiere reconocimiento expreso del Estado.

## 6. Los Usos Mercantiles

A falta de una disposición aplicable en el CCom o leyes especiales, el art. 2 CCom establece la aplicación de los **usos del comercio observados generalmente en cada plaza.**

### 6.1 Concepto Y Tipología

Los usos mercantiles se definen como la práctica repetida de los empresarios en sus negocios, configurándose como normas de derecho objetivo creadas por la observancia repetida, uniforme y constante de los comerciantes en su negocio. A raíz de esta repetición, y aunque no estén consignadas en una ley escrita, son consideradas como normas reguladoras de las relaciones comerciales.

Es un requisito de eficacia que los usos mercantiles, a menos que sean notorios, deben ser alegados y probados por quien pretenda su aplicación, ya que el juez no está obligado a conocer el uso (similar a lo que ocurre con la costumbre).

Se distinguen dos tipos de usos mercantiles:

## A. Usos Mercantiles Normativos (Fuente De Derecho)

Son aquellos que prevalecerán sobre la ley dispositiva (ley no vinculante o supletoria de la voluntad de las partes) siempre que su aplicación se derive de la voluntad de las partes.

**Ejemplo de prevalencia sobre Ley Dispositiva:** Si una normativa de compraventa mercantil establece que el pago del precio se realiza en el momento de la entrega sin descuento (materia dispositiva), pero en el sector de las cervezas existe un uso constante y uniforme de realizar el pago por adelantado a cambio de un descuento, este uso mercantil podrá aplicarse si existe voluntad de las partes y será fuente del derecho.

## B. Usos Mercantiles Interpretativos (No Son Fuente De Derecho)

El uso interpretativo es un mero medio hermenéutico o interpretativo del contrato, empleado para determinar la voluntad de las partes. Constituyen prácticas profesionales que dominan la formación de los actos jurídicos y que se sobreentienden en estos actos para interpretar o completar la voluntad.

**Ejemplo de Uso Interpretativo:** Si D. Pepe y un proveedor firman que las zapatillas se entregarán en un plazo razonable de 10 días, y hay controversia sobre qué se considera "plazo razonable", la interpretación que haga el juez para fijar dicho plazo pasará a considerarse un uso interpretativo. Nótese que estos usos no constituyen fuente del derecho mercantil.

## 7. Distinción Entre Usos Mercantiles Y Costumbre

Aunque los usos mercantiles operan de forma similar a la costumbre (aplicándose a falta de ley), la doctrina ha discutido si son idénticos. Hay autores que defienden que la costumbre es una norma supletoria de la ley, mientras que el uso es un dato objetivo supletorio.

No obstante, en la práctica, sus efectos son idénticos, puesto que el art. 1.3 del Código Civil (CC) establece que los usos jurídicos que no sean meramente interpretativos de una declaración de voluntad tendrán en la consideración de costumbre.

## 8. El Derecho Común (Derecho Civil) Y Jurisdicción Mercantil

A falta de ley mercantil (incluido el Derecho de la UE y el Derecho Internacional reconocido) y a falta de usos mercantiles, el art. 2 CCom establece la aplicación de las normas del **Derecho Común**, que en el ordenamiento español es el Derecho Civil. El Derecho Civil opera, por tanto, como fuente supletoria y de tercer grado en el orden de prelación.

### 8.1 Órganos Competentes Y Jurisdicción Mercantil (Examen)

Los órganos competentes para conocer de la aplicación y resolución de asuntos relativos al Derecho Mercantil son los **Juzgados de lo Mercantil**. Estos órganos judiciales se integran en la jurisdicción civil y conocen de una amplia gama de asuntos relacionados con la materia.

La competencia de los Juzgados de lo Mercantil viene regulada primariamente en el art. 86 ter de la Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial (LOPJ) [corrigiendo el error del guion que citaba incorrectamente el art. 87.6 LOPJ].

Dichos órganos serán competentes, entre otras muchas materias, para conocer de las siguientes:

- Acciones relativas a la competencia desleal, propiedad industrial o propiedad intelectual.
- Pretensiones promovidas al amparo de la normativa en materia de transporte nacional o internacional.
- Acciones relativas a las condiciones generales de contratación.
- Asuntos relativos a sociedades mercantiles y cooperativas.
- Asuntos relativos al Derecho marítimo y Derecho aéreo (con las excepciones de transporte aéreo/ferroviario/marítimo de pasajeros).

 **CLAVE PARA EL EXAMEN:** Recuerde que las tres fuentes principales del Derecho Mercantil, en orden de prelación, son: la Ley Mercantil (y el CCom); los Usos Mercantiles; y el Derecho Común (Civil), siendo las dos primeras las únicas fuentes con carácter mercantil.

# BLOQUE 2

**¿QUÉ ES UN EMPRESARIO?**

# Tema 1: El Empresario I

## 1. Noción Doctrinal de Empresario

El estudio de la actividad mercantil requiere la previa delimitación del sujeto que la profesionaliza. El empresario se define, desde una perspectiva amplia y moderna, como aquella persona física o jurídica de naturaleza privada que actúa en nombre propio, ya sea por sí o por medio de otros representantes, y realiza para el mercado una actividad comercial, industrial o de servicios.

En esencia, la condición de empresario se adquiere por el **ejercicio habitual y en nombre propio de una actividad constitutiva de empresa**. Esta actividad genera *ope legis* un conjunto de derechos y obligaciones que configuran el estatuto jurídico del empresario.

- **EXAMEN:** Nótese que el art. 1.1 del Código de Comercio (CCom) utiliza la terminología histórica de "comerciante" en lugar de "empresario". Sin embargo, la doctrina y la práctica actual asimilan ambos conceptos.

## 2. La Exclusión de las Profesiones Liberales

No toda actividad económica genera la condición de empresario. Se excluyen del concepto las denominadas **profesiones liberales** (v. gr., un abogado, arquitecto o médico). Aunque el profesional liberal desarrolla una actividad económica de prestación de servicios, tradicionalmente se considera que esta se orienta a la subsistencia personal y familiar, no adquiriendo por se la condición de empresario.

No obstante, esta exclusión tiene una excepción capital: cuando la profesión liberal adopta una forma social mercantil (sociedad de capital). Por ejemplo, si un despacho de abogados se constituye como una Sociedad Limitada (SL), el despacho como persona jurídica quedará regulado por la normativa mercantil, adquiriendo la condición de empresario social.

### **3. Clases De Empresarios Y Requisitos De Capacidad**

Los empresarios se clasifican en dos grandes grupos: el **empresario individual (persona física)** y el **empresario social (persona jurídica)**.

#### **3.1 El Empresario Individual (Persona Física)**

El empresario individual es la persona física que ejercita **en nombre propio, por sí o a través de representante, una actividad constitutiva de empresa**. Su condición requiere la concurrencia de tres requisitos ineludibles: capacidad legal, ejercicio profesional de la actividad y habitualidad.

#### **3.2 Requisito de Capacidad Legal**

Según el art. 4 CCom, solo ostentan capacidad legal para el ejercicio habitual del comercio las personas mayores de edad que tengan la libre disposición de sus bienes.

#### **3.3. La Capacidad del Menor de Edad:**

La norma excluye la posibilidad de que los menores de edad adquieran la condición de empresario, incluso si están emancipados, puesto que no cumplen el requisito de gozar de la libre disposición de sus bienes. Un menor que genere altos ingresos por actividades empresariales (v. gr., un desarrollador de inteligencia artificial de 16 años como el ejemplo de Juan) **no podrá celebrar contratos, arrendar establecimientos ni contratar empleados sin el consentimiento o actuación de sus padres o tutores.**

#### **3.4. Excepción al Principio de Capacidad (Continuidad):**

Existe una única excepción basada en el principio de continuidad de la empresa. Se admite que los **menores de edad puedan continuar el comercio que hubieran ejercido sus padres o causantes**, pero siempre a través de sus guardadores o tutores.

## 3.5 . La Capacidad de la Persona con Discapacidad:

Las personas con discapacidad conservan la capacidad para ser empresarias, si bien se requerirá el apoyo de un curador o asistente para el desarrollo de la actividad.

## 4. Requisito De Ejercicio Profesional Y Habitualidad

### 4.1 Requisito de Ejercicio Profesional y Habitualidad

Para adquirir la condición de empresario, la actividad debe ser ejercida de forma **profesional y habitual**.

#### Profesionalidad

Implica que el ejercicio de la actividad se haga de forma organizada y con un ánimo de lucro. El **art. 3 CCom** establece la presunción de concurrencia de este requisito cuando la persona anuncia el propósito de ejercer la actividad mediante circulares, periódicos o carteles (o, modernamente, con una página web).

#### Habitualidad

Se excluyen los actos aislados o esporádicos. Vender un par de camisetas de forma ocasional no confiere la condición de empresario. Es necesaria una constancia en el tráfico mercantil y la existencia de un sistema creado para el desarrollo de la actividad con ánimo de lucro.

### 4.2 Adquisición y Pérdida de la Condición

La condición de empresario individual se adquiere con la **ejecución profesional y habitual de la actividad**.

La pérdida de la condición puede ser **voluntaria**, por el cese de la actividad, o **involuntaria**, por el fallecimiento o la incapacitación del empresario.

# 5. Prohibiciones E Incompatibilidades Del Empresario Individual

Existen casos en los que el ordenamiento jurídico prohíbe o limita el desarrollo de actividades mercantiles a quienes ostentan capacidad para ello. Estas limitaciones buscan proteger la imparcialidad, independencia o los intereses generales asociados a ciertos cargos o funciones.

## 5.1 Clases de Prohibiciones

Las prohibiciones e incompatibilidades se clasifican en:

### Prohibiciones Absolutas

Afectan a aquellas personas a las que se veta el ejercicio de todo tipo de actividades empresariales en el conjunto del territorio nacional. Es el caso, *per exemplum*, de un juez que tiene prohibido el ejercicio de ciertas actividades mercantiles por ley específica.

### Prohibiciones Relativas (Incompatibilidades)

Impiden el desarrollo de la actividad empresarial solo en el ámbito territorial donde la persona desempeña sus funciones. Es un supuesto habitual en el caso de **funcionarios públicos** que no pueden desempeñar actividades que menoscaben el estricto cumplimiento de sus deberes o comprometan su imparcialidad.

- **EXAMEN:** Las prohibiciones se extienden no solo a quienes ejercitan la actividad por sí mismos, sino también a quienes la realizan a través de un tercero interpuesto (testaferro). Si un juez utiliza a un familiar para montar la empresa, la prohibición se extiende a esa interposición.

## 5.2 Efectos del Incumplimiento de la Prohibición

Un aspecto crucial, a destacar para el examen, es que los **actos ejecutados por un empresario individual que incurra en una prohibición legal son plenamente eficaces**. Es decir, el incumplimiento de la prohibición **no produce la nulidad ni la anulabilidad del contrato mercantil**. La consecuencia jurídica para el empresario que incumpla tal prohibición será, únicamente, la imposición de la correspondiente sanción administrativa o disciplinaria.

## 6. El Empresario Social (Persona Jurídica)

El empresario social es una persona jurídica que realiza una actividad empresarial. Nótese que **no todas las personas jurídicas son consideradas empresarias**. El foco recae sobre las sociedades mercantiles, las asociaciones, las fundaciones y las empresas públicas.

### 6.1 Las Sociedades Mercantiles

Las sociedades mercantiles se dividen en dos grupos, con diferente criterio de mercantilidad:

1

2

#### **Sociedades de Capital (Criterio Formal)**

Son consideradas empresarias por la forma social que adoptan (mercantilidad por la forma), con independencia de la actividad que realicen. Se incluyen aquí las **sociedades anónimas, las sociedades limitadas y la sociedad comanditaria por acciones**. A estas se les aplica la totalidad de la normativa mercantil.

#### **Sociedades Personalistas (Criterio Subjetivo/Objetivo)**

En estas (sociedades colectivas y comanditarias simples), la condición de empresarias se aplica en la medida en que se dediquen a una actividad mercantil. En la práctica, estas sociedades son escasamente utilizadas en la actualidad.

## 7. Las Asociaciones y Fundaciones

### 7.1. Asociaciones

Las asociaciones, generalmente sin ánimo de lucro, pueden adquirir la condición de empresarias si **ejercitan una actividad empresarial** (v. gr., una asociación que vende collares para perros). Es lícito para ellas obtener ganancias, siempre que estas se **destinen a los fines de la asociación**.

 **ADVERTENCIA:** Aunque sujetas a la condición de empresarias, las asociaciones no están sujetas a la mayor parte de las normas que integran el estatuto del empresario, como por ejemplo, no pueden acceder al Registro Mercantil.

### 7.2. Fundaciones

Las fundaciones son organizaciones sin ánimo de lucro dotadas de personalidad jurídica cuyo sustrato es **patrimonial**, estando afecto a un fin de interés general. Si realizan actividades mercantiles, quedarán sujetas a las normas del CCom en lo relativo a su contabilidad.

## 8. Las Empresas Públicas

Las empresas públicas (v. gr., Renfe) son consideradas **empresarios personas jurídicas**. Sin embargo, su régimen es mixto: combinan la **sujeción a normas de carácter público con la remisión a disposiciones de índole jurídico-privada y mercantil**. Por lo tanto, no están sujetas a la totalidad de la normativa mercantilista.

## 9. Clases De Empresario Y Criterios De Mercantilidad

Clase de Empresario	Naturaleza	Requisitos de Mercantilidad	Regla de Capacidad (Sujetos Clave)
<b>Individual (Persona Física)</b>	Persona física	Capacidad legal ( <b>art. 4 CCom</b> ), Profesionalidad, Habitualidad.	Mayor de edad y libre disposición de bienes. Menor no puede serlo (salvo continuidad).
<b>Social (Persona Jurídica)</b>	Persona jurídica	Sociedades de Capital: Mercantilidad por la forma (objetiva). Otras: Mercantilidad por la actividad (subjetiva).	Depende del tipo social (ej., SL, SA). El tipo es el que dota de capacidad.

Con esta exposición, queda delimitado el sujeto esencial del Derecho Mercantil. La próxima clase se dedicará a examinar el aspecto crucial de la responsabilidad del empresario.

# Tema 3: El Empresario III

La representación constituye una figura jurídica esencial, propia inicialmente del Derecho Civil, mediante la cual una persona realiza una actuación jurídica por cuenta y en nombre de otra, de tal modo que los efectos jurídicos de la operación recaen directamente en el representado (o poderdante), como si este hubiera actuado personalmente. La persona que actúa en su nombre es el apoderado.

## 1. Concepto General De Representación Y Su Traslación Al Ámbito Mercantil

En el ámbito mercantil, la representación cobra una **importancia capital**, dada la complejidad y el volumen de las operaciones que realiza el empresario. La necesidad del empresario de actuar a través de un representante puede darse en tres escenarios jurídicos que deben distinguirse con rigor:

### Representación Legal

Ocurre ante la falta de capacidad de obrar del empresario (v. gr., un menor de edad que tiene una empresa).

### Representación Voluntaria

El empresario decide delegar de forma voluntaria y otorgar capacidad de actuación a sus colaboradores o auxiliares.

### Representación Orgánica

Afecta exclusivamente a los empresarios personas jurídicas (sociedades mercantiles), las cuales, al ser entes abstractos, necesitan órganos que administren la sociedad (administradores). Se trata de una representación necesaria para la vida de la persona jurídica.

- EXAMEN:** La representación voluntaria es el foco principal del Derecho Mercantil I.

## 2. La Representación Voluntaria: El Auxiliar Del Empresario

### 2.1 Definición Y Tipología De Auxiliares

El crecimiento de una empresa (como el ejemplo de la tienda de zapatillas Room Project gestionada por Laura) obliga al empresario a nombrar representantes para delegar la gestión del negocio.

Se entiende por **auxiliar del empresario** a aquel colaborador que se encuentra integrado de modo permanente en la organización empresarial, en una posición de carácter subordinado, sin asumir un riesgo empresarial propio.

Desempeñan sus labores en el interior de la empresa (v. gr., personal de almacén). **No tienen poder de representación ante terceros.**

Participan en la actividad exterior de la empresa, entrando en relaciones contractuales por cuenta del empresario y en nombre suyo. **Solo estos tienen poder de representación ante terceros.**

### 2.2 Naturaleza Del Representante

El representante voluntario no es empresario, ya que actúa por cuenta del empresario y no asume un riesgo empresarial propio. Es requisito sine qua non que el representante tenga la capacidad necesaria para obligarse (v. gr., un menor no podría ser un representante voluntario).

### 2.3 El Poder De Representación Y Sus Límites

Los representantes voluntarios cuentan con un poder para contratar otorgado por el empresario [arts. 281, 291.1 y 293 del Código de Comercio (CCom)].

## 2.4 Validez De Los Actos Contra Instrucciones

Los contratos celebrados por el apoderado (María) son **plenamente válidos (eficaces)** aun yendo en contra de las instrucciones dadas por el poderdante (Elena). El colaborador subordinado está autorizado para realizar todos los actos que integran la función que le ha sido encomendada y al frente de los cuales aparece en el tráfico mercantil [arts. 292 y 293 CCom].

## 2.5 Límite Al Poder De Representación

La validez de los actos tiene un **límite objetivo**: quedan excluidas las operaciones que no fueran propias del tráfico habitual del empresario. Si el poder otorgado era para dirigir el establecimiento, una operación como pedir un préstamo bancario de gran cuantía para comprar zapatillas podría exceder del tráfico del poder y, por tanto, no ser válida.

# 3. Régimen De Obligación Y Responsabilidad

El auxiliar siempre actúa en nombre del empresario, de modo que los efectos de los contratos recaen sobre el poderdante (Elena) y obligan directamente al empresario.

## 3.1 No Responsabilidad Personal Del Apoderado

El apoderado (María) **no queda obligado personalmente** por las deudas que contraiga en nombre del empresario [art. 285 CCom], salvo cuando exista una confusión de patrimonio entre ambos, lo cual es una excepción muy restringida.

## 3.2 Prohibición De Delegación

El art. 296 CCom establece una **prohibición de delegación** del encargo sin el consentimiento del empresario. El auxiliar (María) no puede delegar en otra persona la gestión del negocio como apoderada.

### **3.3 Consecuencia De La Delegación Sin Consentimiento**

En el caso de que el apoderado nombrase un sustituto sin consentimiento, el empresario (Elena) quedaría obligado a resarcir a los auxiliares de todo gasto extraordinario o pérdida que ocurriera, es decir, respondería por la actuación del sustituto nombrado.

## **4. La Relación Jurídica Entre Empresario Y Auxiliares**

Conviene precisar la naturaleza jurídica del vínculo que une al empresario con sus auxiliares:

### **Régimen Laboral Común**

La mayoría de auxiliares del empresario mantienen una relación laboral común, regida por el Estatuto de los Trabajadores. En estos casos, concurren las circunstancias esenciales de la relación laboral, como la ajenidad y la dependencia en el régimen de ejecución (art. 1 del Estatuto de los Trabajadores).

### **Relación Especial De Alta Dirección**

En ciertos casos, la relación laboral puede ser de carácter especial de alta dirección, que se aplica típicamente a los apoderados generales que desempeñan sus funciones con la diligencia de un empresario y representante legal. Este régimen especial se caracteriza por una mayor autonomía y confianza.

## 5. Clases De Representación Mercantil (Voluntaria)

<b>Concepto Clave</b>	<b>Regulación / Fundamento</b>	<b>Consecuencia Jurídica</b>	<b><u>EXAMEN:</u> <u>Elemento</u> a <u>Destacar</u></b>
Representación	Derecho Civil (base)	Efectos del acto recaen en el representado.	Distinguir poderdante (otorga poder) de apoderado (tiene poder).
Auxiliar Empresarial	Posición Subordinada	Colaborador permanente, sin riesgo propio.	Solo el auxiliar externo tiene poder de representación.
Poder de Representación	Arts. 292 y 293 CCom	Actos contra instrucciones del empresario son válidos (salvo fuera del tráfico habitual).	La eficacia es la regla general, para dar seguridad al tráfico.
Responsabilidad Apoderado	Art. 285 CCom	El apoderado no queda obligado (no responde) por deudas del empresario.	Prohibición de delegación sin consentimiento del empresario.

# Tema 4: El Empresario IV

En el Derecho Mercantil, la delegación de la gestión del negocio se formaliza a través de los apoderados, que se clasifican en dos tipos principales, dependiendo de la extensión de las facultades que les hayan sido conferidas:

**Apoderados Generales (Factores o Gerentes):** Ostentan un poder general que les permite dirigir la empresa en su conjunto o en sectores funcionales o territoriales de la misma.

**Apoderados Singulares (Dependientes o Mancebos):** Tienen un poder limitado para ejercitar tareas muy específicas.

## 1. El Apoderado General: El Factor Notorio E Inscrito

El factor o gerente es la figura que permite al apoderado (María, en el ejemplo) realizar, en nombre y por cuenta del empresario (Laura), cualquier actividad propia de aquél, incluyendo administrar, dirigir y contratar sobre las cosas concernientes a la empresa.

### 1.1 Naturaleza Y Alcance Del Poder

El factor notorio, en resumidas cuentas, está facultado para actuar como el mismo empresario. No obstante, es crucial distinguir que **el poder es general cuando se refiere a los objetivos generales de la empresa**; por ello, la existencia de restricciones o limitaciones expresas a ciertas facultades (v. gr., la prohibición de contratar deuda con el banco) no implica la pérdida de su condición de factor.

La diferencia con el apoderado singular estriba en la amplitud del conjunto de facultades que permiten al factor dirigir la empresa en su conjunto.

## 1.2 La Vinculación Del Empresario Y La Seguridad Del Tráfico

Con el fin de mantener la seguridad del tráfico jurídico, la vinculación del empresario por los actos del factor se basa en una interpretación objetiva del poder. La premisa es que **quien apodera no puede pretender que las dudas se resuelvan a su favor.**

**Regla de Vinculación Objetiva:** Basta con que el acto esté incluido en el giro o tráfico habitual de la empresa para concluir que la facultad existe y que el empresario queda vinculado. Si María, como apoderada general, realiza un acto (v. gr., un descuento del 30%) para el que no tenía permiso, la que responderá es la empresaria (Laura) y no el cliente o comerciante externo.

## 2. Clases De Factores: Inscripción Y Notoriedad

La eficacia del poder general frente a terceros depende de si este consta o no inscrito en el Registro Mercantil. Distinguimos:

### Factor Inscrito (Inscripción Registral)

El factor inscrito es aquel cuyo nombramiento y facultades constan en el Registro Mercantil (RM).

**Oponibilidad de las Limitaciones:** Si el empresario (Laura) inscribe el poder general y, simultáneamente, una prohibición expresa (v. gr., prohibido tomar deuda), la limitación es oponible a terceros debido a la publicidad registral. Si el factor infringe la prohibición (toma 20.000 euros de deuda), el empresario podrá quedar exonerado de responsabilidad frente a terceros de buena fe que pudieran haber consultado el RM.

### Factor Notorio (Publicidad De Hecho)

El factor notorio es aquel cuyo poder no se inscribe en el Registro Mercantil. Los terceros que contratan con él solo cuentan con la publicidad de hecho derivada de su actuación en el negocio.

**Vinculación del Empresario (Principio de facto):** La ausencia de inscripción conlleva que el empresario quede vinculado frente a terceros de buena fe por todas las actividades que realice el factor notorio, aun cuando el empresario no haya dado su consentimiento o le hayan quedado expresamente vetadas.

**Límite de la Vinculación:** Esta vinculación es absoluta, pero tiene el límite ineludible del giro o tráfico habitual del negocio [art. 286 CCom].

Si el factor notorio realiza actividades no comprendidas en el tráfico habitual del negocio (v. gr., vender juguetes eróticos en una tienda de ropa), solo habrá vinculación del empresario si consta la orden expresa de este o existe ratificación posterior.

**Régimen de Responsabilidad del Factor Notorio (art. 297 CCom):** Si el factor notorio se excede en su ámbito de poder (v. gr., hace el descuento del 30%) horrible, solo incurrirá en responsabilidad frente al empresario (Laura), y no frente a terceros [art. 297 CCom].

### 3. Extinción Del Poder Del Factor

La extinción del poder varía según el tipo de factor:



#### Factor Inscrito



La extinción se produce cuando la revocación del poder se inscribe y publica en el Registro Mercantil (BORMEL) [art. 291 CCom].

#### Factor Notorio



La revocación tiene lugar cuando desaparece la notoriedad del factor, es decir, cuando desaparece la publicidad de hecho. Si el empresario revoca los poderes del factor notorio pero este sigue en la tienda actuando como gerente, **la presunción de notoriedad subsiste** y, por tanto, el factor sigue vinculando al empresario hasta que la publicidad de hecho desaparezca (v. gr., al despitar y echar al factor de la tienda).



## 4. Los Apoderados Singulares Y Otros Auxiliares

### 4.1 Los Apoderados Singulares (Dependientes Y Mancebos)

Los apoderados singulares (dependientes y mancebos) se regulan en el art. 281 CCom y se caracterizan por ostentar un poder limitado, a diferencia del poder general del factor.

**Alcance del Poder:** Su poder se limita a regir una operación mercantil concreta o alguna parte del giro o tráfico del negocio [art. 292 y 293 CCom], así como a llevar a cabo gestiones específicas de la empresa.

#### El Dependiente

El término dependiente alude a cualquier apoderado singular que tiene la representación en la actividad de una sección o rama concreta del negocio (v. gr., el encargado de una sección).

#### El Mancebo

La definición de mancebo es más restringida y se circumscribe a las funciones de ventas y cobranzas en almacenes abiertos al público, así como a la recepción de mercaderías (v. gr., la persona en caja que cobra y emite facturas). El mancebo, a diferencia del factor, **no puede, por ejemplo, tomar dinero prestado del banco o celebrar un contrato con un proveedor de servicios.**



# 5. El Representante Del Comercio Y Esquema Final

## 5.1 El Representante Del Comercio (Colaborador Dependiente)

Existe un tercer tipo de auxiliar capaz de actuar en nombre del empresario: el representante del comercio.

- **Función Externa Limitada:** Es un colaborador dependiente que asume la función de promover de manera estable operaciones mercantiles (v. gr., un teleoperador que ofrece tarifas), limitándose a la labor de promoción y a la obtención de pedidos por parte de los clientes.
- **Régimen de Riesgo:** Actúan en nombre y por cuenta del empresario, sin asumir el riesgo y ventura de tales operaciones.
- **Relación Jurídica:** Su relación con el empresario es de carácter laboral (relación interna), aunque puede tratarse de una relación laboral especial, regida por el Estatuto de los Trabajadores.

## 6. Apoderados Mercantiles (Comparativa)

<b>Apoderado</b>	<b>Extensión del Poder</b>	<b>Efecto de la Extralimitación (R. Externa)</b>	<b>Base Legal (Ejemplo)</b>
<b>Factor</b>	General. Conjunto de facultades para administrar y dirigir el negocio.	Vincula al empresario si la actividad es del tráfico habitual (objetivo).	Art. 281 CCom (Gerente de Negocio).
<b>Dependiente/Mancebo</b>	Limitado a una sección o gestiones específicas.	Vincula al empresario solo dentro de los límites conferidos.	Art. 292-293 CCom (Dependiente de tienda).
<b>Representante Comercio</b>	Exclusivamente para promover ventas y obtener pedidos.	No asume el riesgo; solo promueve en nombre del empresario.	Estatuto Trabajadores (Teleoperador).

# Tema 5: La Empresa Como Ente Jurídico

CORPORATE ZENITH

## 1. Definición y Naturaleza del Concepto de Empresa

El concepto de empresa admite diversas acepciones, pero la más acertada desde la perspectiva del Derecho Mercantil la define como una **organización conjunta de capital y de trabajo** que se destina, o bien a producir una serie de bienes y servicios, o a ofrecerlos al mercado.

La relevancia de la empresa radica en su papel como **instrumento para el empresario** (el jinete con el caballo). El empresario no puede expandir su actividad creadora y organizativa si no es a través de la empresa.

## 2. Elementos Constitutivos y Aspecto Objetivo

La empresa se compone de un conjunto de elementos que, unidos, le confieren valor. Estos elementos integran el aspecto objetivo de la empresa:

- **Elementos Personales:** Constituidos principalmente por los trabajadores de la empresa.
- **Elementos Materiales:** Engloban tanto los bienes muebles o inmuebles que posea la empresa (locales, maquinaria) como los bienes inmateriales (derechos de propiedad industrial, patentes, marcas, secretos industriales, etc.).

### 3. El Valor de la Empresa y el Fondo de Comercio

La empresa posee un **valor económico superior** a la mera suma de sus elementos objetivos. Esta unidad de valor superior se debe al hecho de ser una organización productiva en funcionamiento.

**Fondo de Comercio (Goodwill):** A este elemento que supone la diferencia entre el aspecto objetivo (suma del valor individual de los bienes) y su valor real en el mercado (valor superior de la empresa en funcionamiento) se le conoce como **fondo de comercio (goodwill)**.

### **4. El Establecimiento Y Las Sucursales**

La estructura física de la empresa se organiza en torno a distintos tipos de establecimientos.

#### 4.2 Establecimiento Principal y Sucursales

Se distinguen dos tipos de centros de actividad:

##### **Establecimiento Principal**

Es el centro desde donde se administra la empresa o donde radica su principal lugar de explotación.

##### **Sucursales**

Son centros secundarios que **no tienen personalidad jurídica diferenciada** del establecimiento principal; por tanto, son parte de la misma empresa.

## 4.3 Procedimiento para la Creación de Sucursales

La creación de una sucursal por una sociedad requiere un **procedimiento formal** que pasa necesariamente por la aprobación en la Junta General de la Sociedad y la posterior inscripción en el Registro Mercantil.

## 4.4 Creación de Sucursales por Sociedades Extranjeras

El procedimiento para que una sociedad extranjera abra una sucursal en territorio nacional es **más complejo**, requiriendo la previa inscripción de la sociedad en el registro correspondiente (si no lo estuviera ya) y la aportación de documentos extranjeros que demuestren su existencia.

# 5. Clasificación De La Empresa Por Tamaño

La diferenciación entre empresas pequeñas, medianas y grandes se realiza, entre otros, mediante un criterio relacionado con el número de trabajadores:

**200+**

**Empresas Grandes**

Aquellas que tienen más de 200 trabajadores.

**50-200**

**Empresas Medianas**

Aquellas que tienen entre 50 y 200 trabajadores.

**<50**

**Empresas Pequeñas**

Aquellas que tienen menos de 50 trabajadores.

## 5.1 La Empresa Como Objeto de Negocios Jurídicos

La empresa, al estar compuesta por un conjunto de bienes y elementos, puede ser objeto de diversos negocios jurídicos, tales como la **compraventa, el arrendamiento o el usufructo**. Sin embargo, su complejidad como sujeto jurídico genera problemáticas específicas, especialmente en la transmisión de sus elementos.

# 6. Problemática en la Transmisión de Créditos y Deudas

## 6.1 Cesión de Créditos (Transmisión de la Posición de Acreedor)

La posición de acreedor de la empresa (v. gr., créditos ostentados sobre otras empresas) **no se transmite de manera automática** en el negocio jurídico, sino que debe constar expresamente en el contrato de transmisión.

- EXAMEN:** Para la cesión de créditos, no es necesario el consentimiento del deudor para transmitir la posición de acreedor. Si no se transmite expresamente, el vendedor (Patricia) seguirá siendo acreedora frente a los deudores.

## 6.2 Cesión de Deudas (Transmisión de la Posición de Deudor)

La posición de deudor (v. gr., créditos debidos al banco) sí requiere el consentimiento de los acreedores para que la obligación de pago se transmita al comprador (Pepe).

**Consecuencia de la Falta de Consentimiento:** Si los acreedores no dan su consentimiento, la transmisión de la empresa es plenamente válida, pero el vendedor (Patricia, la deudora original) seguirá siendo deudora ante el acreedor.

# 7. La Transmisión De Contratos

Como regla general, para transmitir los derechos y obligaciones derivados de los contratos de la empresa, es necesario el consentimiento de la otra parte contratante.

**Excepción:** Los **contratos de trabajo y los contratos de arrendamiento** se transmiten sin requerir el consentimiento de la otra parte (trabajadores o arrendadores).

## 7.1 Prohibición de Competir (Garantía para el Comprador)

Tras la transmisión de una empresa, surge una **garantía para el comprador (Pepe)** consistente en la prohibición de competir al vendedor (Patricia). Esta prohibición opera para proteger el fondo de comercio adquirido.

---

01

---

02

### Fuentes

La prohibición de competir se da tanto si ha sido **pactada** como si se considera **implícita** en el contrato de transmisión.

### Límites

Esta prohibición no es absoluta, sino que está sujeta a límites temporales y espaciales.

#### Temporal

Limitada a un plazo máximo de cinco años.

#### Espacial

Limitada a la zona o zonas geográficas donde se pudiera perturbar la actividad del nuevo propietario de la empresa.

# 8. Negocios Jurídicos Típicos Sobre La Empresa

## 8.1 El Contrato de Compraventa de Empresa

El contrato de compraventa de empresa es el **negocio jurídico más importante** sobre este objeto.

**Delimitación Conceptual:** No toda venta sobre elementos de la empresa (v. gr., la venta de acciones de una sociedad o la venta de locales individuales) se considera un contrato de compraventa de empresa. Es necesario **transmitir la empresa en su conjunto.**

## 8.2 Obligaciones del Vendedor

Además de la lógica transmisión, surgen obligaciones propias de todo contrato de compraventa:

### Entregar la Cosa (la Empresa)

El vendedor debe entregar todos los elementos recogidos en un inventario o, en su defecto, todos los elementos esenciales para que la empresa pueda realizar su actividad productiva exitosamente.

### Garantía de Goce Pacífico

Incluye la **prohibición de competir** al comprador.

## 8.3 El Contrato de Arrendamiento de Empresa

El arrendamiento de empresa es el contrato por el cual se cede el **uso de la empresa (goce)** a un tercero, por un tiempo específico y a cambio de un precio (cuota de alquiler). Se regula, supletoriamente, en la **Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU)**.

**Delimitación Conceptual:** Al igual que en la compraventa, el alquiler de distintos elementos separados de la empresa no se considera arrendamiento de empresa.

# **9. Obligaciones En El Arrendamiento Y Usufructo**

## **9.1 Obligaciones del Arrendador (Patricia).**

- **Entregar la cosa** (la empresa).
- **Realizar las reparaciones** necesarias.
- **Asegurar el goce pacífico**, lo que incluye el deber de prestar consejo al arrendatario.

## **9.2 Obligaciones del Arrendatario**

- **Pagar la cuota de alquiler.**
- **Poder de Disposición:** El arrendatario tiene poder de disposición sobre distintos elementos de la empresa, lo que le permite explotarla y realizar los cambios que considere oportunos (vender modelos, comprar diferentes).
- **Obligación Principal (Conservación):** La obligación principal es restituir la empresa al finalizar el contrato con un valor similar al que recibió (debe mantener el valor). Si la empresa valiera más, tendrá derecho a una indemnización si no se pactó lo contrario.

**Extinción del Contrato (Causas):** La extinción se produce por las causas del CC, principalmente el **transcurso del término pactado** o el **incumplimiento de las obligaciones** por alguna de las partes (v. gr., la falta de pago o incumplimiento de las obligaciones de conservación).

## **9.3 El Usufructo de Empresa**

El usufructo se regula en el CC como un **derecho real** que da derecho a disfrutar de una cosa con la obligación de conservarla.

**Complejidad Jurídica:** El usufructo de empresa es complejo porque la empresa está compuesta por una multitud de bienes. A diferencia del arrendamiento o la compraventa (un único contrato), en el usufructo se crean **multitud de derechos reales de usufructo** sobre cada bien de la empresa (no un único usufructo sobre la unidad de la empresa).

## 10. Tipos de Usufructo: Los tipos de usufructo son los previstos en el CC:



Legal

(v. gr., el cónyuge viudo).



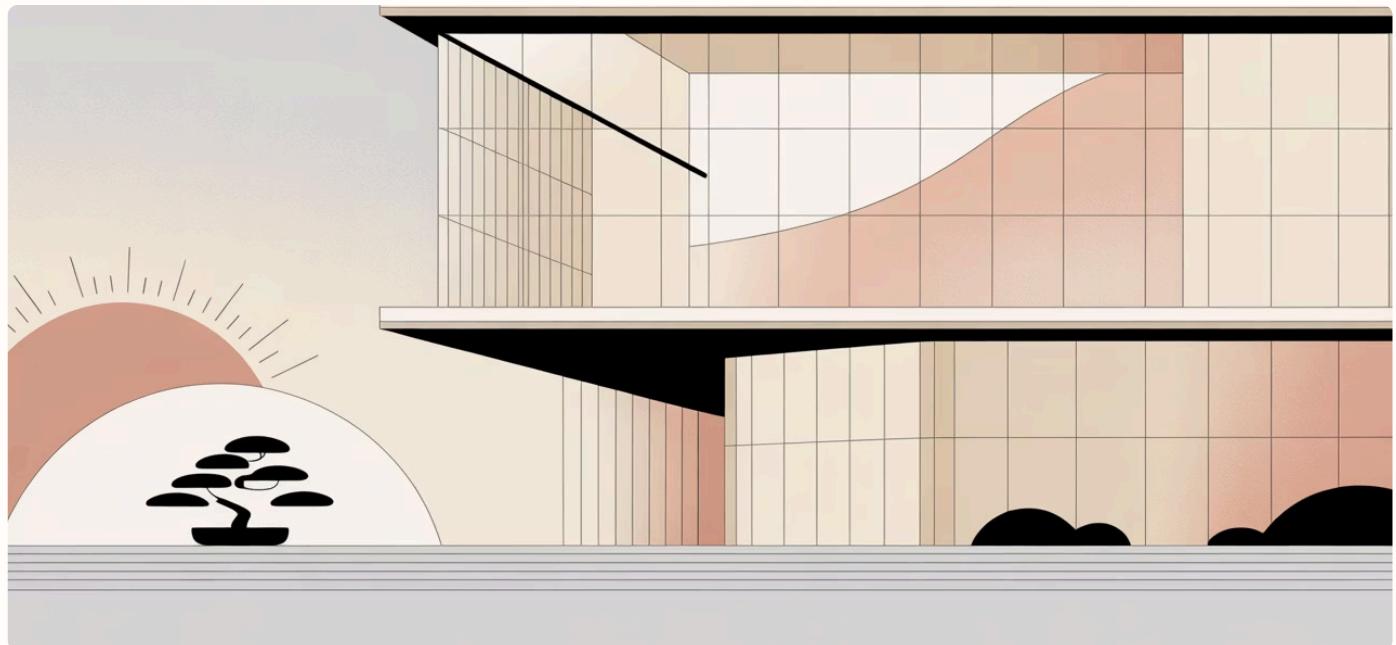
Convencional

(pactado en contrato).



Testamentario

(Nótese que en el ámbito de los derechos reales sobre bienes muebles se encontraría la **hipoteca mobiliaria**, aunque no es objeto de desarrollo aquí).



# Tema 6: Registro Mercantil I

El empresario que busca financiación e inversión (como D. Pepe) se confronta con la necesidad de dotar de publicidad a sus actos y su existencia. Esta necesidad se satisface a través del Registro Mercantil (RM).

## 1. Concepto y Función Del Registro Mercantil

El Registro Mercantil se define como un **registro público dotado de publicidad legal** que tiene por objeto la inscripción de una serie de datos relevantes para el tráfico mercantil.

### 1.1 La Publicidad Legal Y Sus Efectos

El efecto más importante del RM es la **presunción de conocimiento general de los datos inscritos**, lo que se conoce como **publicidad material**. Los datos que constan en el RM se consideran conocidos por todos (*erga omnes*), con independencia de que los sujetos (v. gr., los inversores) los hayan conocido efectivamente.

**Fundamento:** Esta publicidad legal dota de seguridad y transparencia al tráfico jurídico, permitiendo a terceros conocer la situación de los empresarios y sociedades con las que contratan. Por ejemplo, una vez inscrita una Sociedad Limitada, su existencia y sus pactos inscritos se consideran legalmente conocidos.

### 1.2 Evolución Normativa

Inicialmente, el RM se concibió como un registro de personas (empresarios) y de los actos que estos realizaban. Con el ingreso de España en la Unión Europea, se llevó a cabo una **reforma crucial para adaptar el RM en materia de sociedades**. La normativa fundamental que regula el RM es el **Real Decreto 1764/1996, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil (RRM)**.

## 2. Sujetos Inscribibles Y Carácter De La Inscripción

### 2.1 Sujetos Inscribibles

El RM abarca un amplio espectro de sujetos y entes. Se pueden inscribir:

<b>Empresarios</b> <b>Persona Física</b> (Empresario Individual)	<b>Empresarios Sociales</b> (Personas Jurídicas, Sociedades)	<b>Patrimonios Dotados</b> De cierto grado de autonomía (v. gr., un fondo de pensiones o un fondo de inversión)
--	---	--

## 3. Carácter De La Inscripción (Potestativa U Obligatoria)

La obligatoriedad de la inscripción en el RM depende del tipo de empresario o sujeto.

### 3.1 Empresario Individual (Persona Física)

Para el empresario individual, la inscripción es, por regla general, **potestativa (voluntaria)**. El empresario decide si inscribirse o no.

**Excepción:** La inscripción es **obligatoria para el naviero** [art. por completar].

- ❑ **Fomento Indirecto:** La normativa fomenta la inscripción del empresario individual a través de un mecanismo indirecto: el empresario individual no inscrito no podrá pedir la inscripción de ningún documento en el RM ni aprovecharse de los efectos positivos de la publicidad legal propios del registro.

### **3.2 Empresario Social Y Otras Organizaciones Mercantiles**

Para los empresarios sociales (Sociedades Limitadas, Anónimas, etc.) y un amplio elenco de organizaciones mercantiles (v. gr., Fondos de Inversión), la inscripción es **obligatoria**.

**Art. 19.2 del CCom:** La inscripción de estos entes es obligatoria.

**Requisito Constitutivo:** En el caso de las sociedades de capital, la inscripción es a menudo un **requisito constitutivo (sine qua non) para su nacimiento como persona jurídica**.

**Consecuencias del Incumplimiento:** La inscripción obligatoria conlleva el deber de depositar una serie de documentos (v. gr., cuentas anuales y balances). El incumplimiento de este deber de depósito puede acarrear **sanciones (multas)**.

## **4. Actos Inscribibles (El Numerus Clausus)**

### **4.1 Criterio De Inscripción**

Los actos inscribibles dependen de la naturaleza del sujeto (persona física o jurídica). La norma clave a este respecto es el **art. 16 del CCom**.

### **4.2 El Principio Del Numerus Clausus**

Es crucial retener el término **"numerus clausus"** para el examen. Este principio implica que **no pueden acceder al Registro Mercantil aquellos actos que no estén expresamente autorizados por la ley o por el Reglamento del Registro Mercantil**.

**Fundamento:** Se busca proteger el interés jurídico y la seguridad del tráfico al garantizar que solo los actos relevantes y regulados puedan beneficiarse de la publicidad legal. Por consiguiente, un empresario no podrá inscribir un acto que limite la responsabilidad frente a inversores si este acto no está tipificado como inscribible.

## 4.3 Naturaleza Y Obligatoriedad De La Inscripción En El RM

<b>Sujeto Inscribible</b>	<b>Obligatoriedad de Inscripción</b>	<b>Efectos o Consecuencias</b>
Empresario Individual (Persona Física)	Potestativa (Voluntaria)	Si no se inscribe, no puede solicitar la inscripción de ningún otro acto y no goza plenamente de la publicidad legal. Excepción: Naviero (Obligatoria)
Empresario Social (Persona Jurídica)	Obligatoria	Generalmente, es requisito constitutivo y su incumplimiento genera sanciones (multas por no depositar cuentas, etc.)
Actos a Inscribir	Numerus Clausus (Taxativos)	Solo acceden los expresamente autorizados (art. 16 CCom), excluyendo actos no tipificados

# Tema 7: Registro Mercantil II

El Registro Mercantil constituye una institución fundamental del sistema jurídico-mercantil español, configurándose como el eje central de la publicidad registral empresarial y garantizando la seguridad jurídica en el tráfico mercantil.

## 1. Organización Administrativa Y Estructura Del Registro Mercantil

El Registro Mercantil (RM) se configura como una oficina pública integrada en el Ministerio de Justicia y que depende jerárquicamente de la Dirección General de los Registros y del Notariado (DGRN).

El RM se estructura en una doble división, atendiendo a su ámbito territorial y su función:

### Registros Mercantiles Territoriales (RMT)

Tienen un **ámbito provincial** y se encargan de practicar las inscripciones relativas al empresario y sus actos.

### Registro Mercantil Central (RMC)

Un **registro único**, con sede en Madrid, que centraliza la información y gestiona la publicidad oficial.



## 2. El Registro Mercantil Territorial (RMT)

Existe un **Registro Mercantil Territorial en cada provincia de España**, que constituye la oficina a la que el sujeto debe acudir para realizar inscripciones.

### 2.1 Titularidad Y Funciones

El RMT está dirigido por **Registradores Mercantiles**. No obstante, en provincias con menor volumen de actividad, el Registrador de la Propiedad asumirá también las funciones de Registrador Mercantil.

La función esencial del RMT es la **llevanza de los libros del Registro**, conocidos como libros de inscripciones.

#### Principio De La Hoja Personal (EXAMEN)

Los libros de inscripciones del RM se configuran por el **sistema de hoja personal** [art. 3 RRM]. Este principio se contrapone al principio de hoja real que rige en el Registro de la Propiedad (donde cada inmueble tiene asignada una hoja).

### Aplicación

A cada sujeto inscribible (v. gr., la sociedad de D. Pepe) se le asigna una **hoja registral propia**; en ella se inscribirán todos los actos y vicisitudes que afecten a dicho sujeto.

### Competencia

La apertura de esta hoja compete al **registrador mercantil del domicilio del sujeto inscribible**.

# 3. El Procedimiento Registral Y Sus Fases

La inscripción registral constituye la **fase final de un procedimiento** que se inicia con la solicitud y culmina con la calificación.

## 3.1 Principios Rectores

El procedimiento registral se somete a una serie de **principios formales esenciales**:

01

---

### Principio De Rogación

El procedimiento se inicia a **instancia de parte legitimada** (solicitud de D. Pepe), nunca de oficio por el registrador.

02

---

### Principio De Titulación Pública

La inscripción se practica a través de un **documento público** (v. gr., una escritura pública presentada ante notario).

03

---

### Principio De Tracto Sucesivo

Para inscribir o anotar un acto de un determinado sujeto, este sujeto tiene que estar **inscrito con anterioridad**. (Pepe no podrá inscribir actos relativos a su sociedad si la sociedad no está inscrita previamente).

04

---

### Principio De Prioridad

[No desarrollado en el guion, pero **esencial en la LOPJ**].

### 3.2 La Fase De Calificación Registral

Una vez presentada la documentación, la **calificación registral** es la fase en la que el registrador examina y juzga los documentos.

#### Objeto De La Calificación

El registrador examina:

- **La legalidad de las formas extrínsecas** de los documentos.
- **La capacidad y legitimación** de los que los otorgan o suscriben.
- **La validez de su contenido.**

#### Efectos De La Calificación

- **Extender (Aceptar)** la inscripción.
- **Suspender** la inscripción: Si la información es incompleta (v. gr., faltan documentos), la calificación se suspende hasta que se aporte la documentación pendiente.
- **Denegar** la inscripción: Si el registrador considera que el documento (v. gr., la escritura pública) no es válido.

**Recurso:** La denegación de la inscripción es susceptible de recurso. Si la calificación se acepta, no cabe recurso.

## 4. Efectos De La Inscripción Registral Y El Registro Mercantil Central

La inscripción en el RMT produce **dos tipos de efectos jurídicos:**



#### Efectos Constitutivos

Implican que la **existencia del negocio o acto depende de su inscripción**; es una condición sine qua non (requisito de validez).

**Caso de las Sociedades de Capital:** Si D. Pepe no inscribe la sociedad en el RM, la sociedad no llega a existir ni a quedar válidamente constituida.



#### Efectos Declarativos

El acto o negocio ya existe previamente (o surte efectos entre las partes) y la inscripción solo tiene por objeto **darle publicidad** (declarar su existencia erga omnes). Esta suele ser la regla general en el Derecho Mercantil (v. gr., la inscripción del nombramiento de un apoderado general o factor).

## 5. Principio De Legitimación (Presunción De Exactitud)

Los actos inscritos en el RM, sean constitutivos o declarativos, se **presumen exactos y válidos** (principio de legitimación).

**Fuerza de la Presunción:** Si un tercero (v. gr., D. Pepe) quiere desmentir una información inscrita (v. gr., la nulidad del traspaso del negocio), deberá **demostrar judicialmente** que la información no es acorde a derecho.

**Efectos hasta la Inscripción Judicial:** Hasta que la resolución judicial que dé la razón al tercero se inscriba, los asientos del registro continúan produciendo todos los efectos que les son propios.

**ADVERTENCIA:** Las inscripciones en el RM no convalidan los actos y contratos nulos conforme a la ley, pero se requiere un proceso judicial para desvirtuar la presunción de exactitud.

## 6. El Registro Mercantil Central (RMC)

El Registro Mercantil Central (RMC) es un **registro único con sede en Madrid**.

Función Centralizadora E Informativa

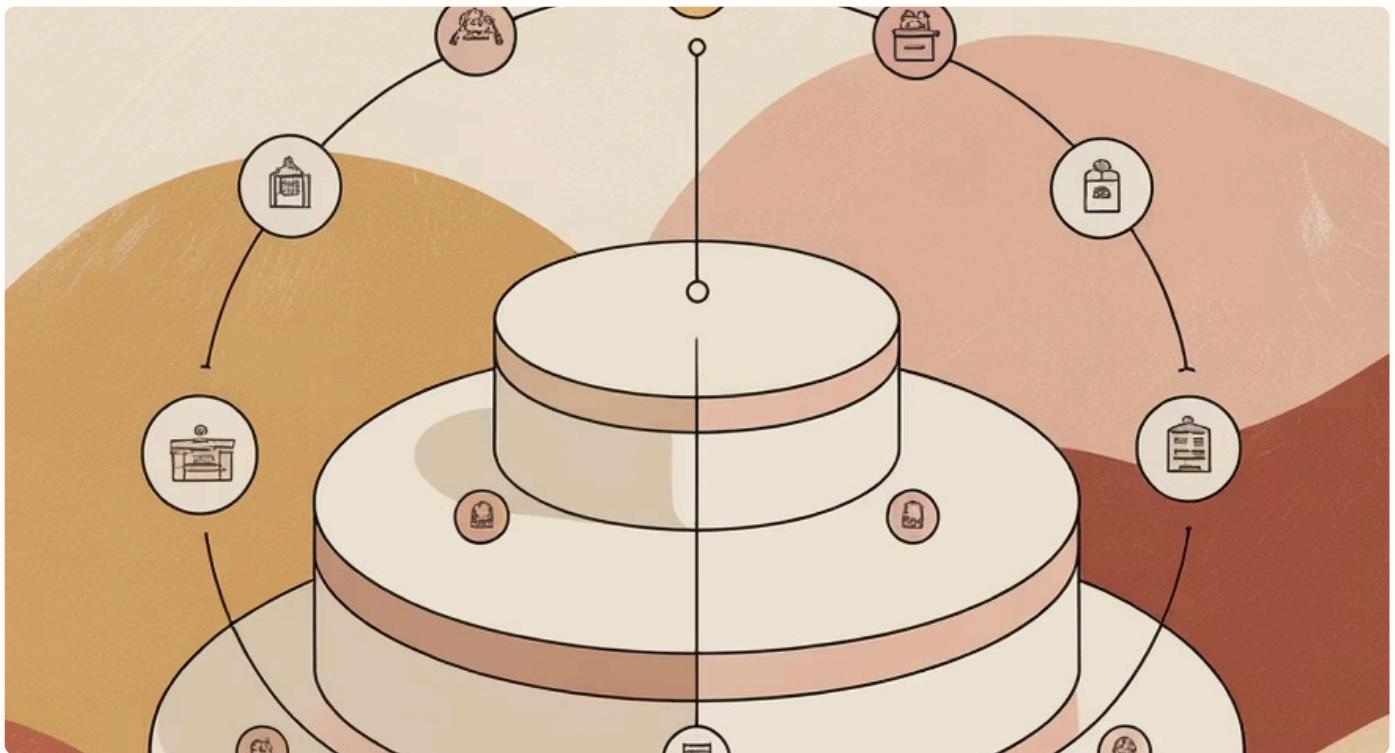
El RMC está concebido como un registro de carácter **esencialmente informativo y centralizador**. Sus funciones son:

- **Centralizar los datos:** Ordenar y tratar todos los datos de las inscripciones practicadas en los Registros Territoriales.
- **Publicidad Informativa:** Dar publicidad a los datos recibidos (v. gr., si D. Pepe quiere obtener información de un fondo de inversión, acudirá al RMC).

## 7. Publicidad En El BORM (Boletín Oficial)

La misión más importante del RMC es llevar a cabo la **publicidad en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORM)**. Este boletín es el medio que da publicidad oficial a los actos inscritos en el RM.

- ❑ **CLAVE PARA EL EXAMEN:** El RM se divide en **Registros Territoriales** (uno por provincia) que practican las inscripciones (hoja personal) y el **Registro Central** (en Madrid) que centraliza la información y gestiona la publicidad oficial (BORM).



# Tema 8: Registro Mercantil III

## 1. Introducción a los tipos de publicidad registral

La inscripción de actos en el **Registro Mercantil (RM)** dota a la información de publicidad legal, generando efectos jurídicos complejos para el empresario (v. gr., D. Pepe) y los terceros que contratan con él. Es menester distinguir las dos categorías de publicidad registral:

- **Publicidad Formal:** Se refiere al derecho de acceso a la información contenida en el RM.
- **Publicidad Material:** Se ocupa de los efectos jurídicos de la inscripción respecto de terceros.

## 2. La publicidad formal (Derecho de acceso).

La publicidad formal se basa en el principio de que el **RM es un registro público** y, por tanto, cualquier persona tiene acceso a la información recogida en los asientos registrales. Los interesados gozan del derecho de acceder y consultar los datos inscritos (v. gr., facturación, administradores o embargos de la sociedad).



### **3. Instrumentos para el Ejercicio de la Publicidad Formal**

La publicidad formal se hace efectiva a través de dos instrumentos principales:

#### **3.1 Las Certificaciones (Acreditación Fidedigna)**

**Definición:** Son expedientes emitidos con la firma del Registrador Mercantil y constituyen la única forma de acreditar fiacientemente el contenido de los asientos del registro o de los documentos depositados (v. gr., las cuentas anuales o balances).

**Relevancia:** Son documentos vitales para acreditar la veracidad de los datos ante terceros (v. gr., los inversores de D. Pepe), pudiéndose solicitar mediante escrito o comunicación electrónica.

#### **3.2 Las Notas Simples (Plazo y Coste)**

**Definición:** Instrumentos que no acreditan fiacientemente el contenido de los asientos.

**Ventajas:** Su valor reside en las ventajas prácticas que ofrecen:

- **Plazo:** Plazo máximo de expedición de 3 días.
- **Coste:** Son significativamente más económicas que las certificaciones.
- **Utilidad:** Son útiles para conocer un dato conciso (v. gr., que un potencial inversor compruebe las cuentas anuales de forma preliminar).

## 4. La Publicidad Material Y Sus Efectos

### 4.1 La publicidad material (efectos frente a terceros).

La publicidad material versa sobre los efectos de la inscripción respecto de terceros, y su eficacia se vincula a la publicación de los actos en el **Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORME)**.

#### **El Efecto Positivo (Oponibilidad)**

El efecto positivo de la publicidad material implica que los actos inscritos y publicados en el BORME son **oponibles a terceros** desde el momento de su publicación.

**Concepto:** Los actos son oponibles (es decir, válidamente exigibles o alegables) a cualquier persona que contrate con el empresario.

**Ejemplo:** Si D. Pepe inscribe y publica en el BORME la limitación de facultades de su factor (María) para no tomar créditos bancarios, la limitación será oponible al banco, y D. Pepe podría quedar exonerado de responsabilidad por las deudas contraídas por María.

#### **El Límite De La Oponibilidad**

##### La Buena Fe del Tercero

El efecto positivo de la inscripción tiene un límite ineludible y crucial para el examen: los datos inscritos y publicados **no serán oponibles a terceros de buena fe** que prueben que no pudieron conocerlos [art. 21 del Código de Comercio (CCom)].

# 5. Presunción De Buena Fe Y Principio De Legitimación

**Presunción de Buena Fe:** La buena fe del tercero se presume en tanto no se pruebe que este conocía la discordancia entre la publicación y la inscripción [art. 21 CCom].

## Aplicación Práctica:

- Si un **cliente ordinario** contrata con el factor y desconoce la limitación, su buena fe se presume, y el acto inscrito no será oponible (v. gr., el cliente que recibe un descuento no tendrá que pagar un importe superior).
- Si un **potente banco** realiza una operación de crédito sin realizar la comprobación registral debida, podría presumirse la mala fe o la negligencia, y la limitación sí sería oponible.

### El Principio De Legitimación

#### (Presunción de Exactitud)

El principio de legitimación implica que el contenido del RM se presume exacto y válido.

**Fuerza del Principio:** Si una persona quiere desmentir una información inscrita (v. gr., alegando la nulidad de un acto), deberá demostrar judicialmente que dicha información no es acorde a derecho.

**Efecto de la Pendencia Judicial:** Hasta que la resolución judicial que declare la inexactitud del asiento se inscriba, los asientos del registro continuarán produciendo los efectos que les son propios.

- CLAVE PARA EL EXAMEN:** La **Publicidad Material** se centra en la **oponibilidad (pro)** de los actos inscritos, la cual tiene como contrapeso la **protección del tercero de buena fe (contra)**.

# Tema 9: La Contabilidad Mercantil I

La contabilidad se erige en la herramienta esencial que utiliza toda empresa para mantener un registro sistemático de sus actividades económicas (v. gr., la pastelería "Dulce Encanto" de Juan). Su estudio se bifurca en dos aspectos: el formal, centrado en la regulación de los libros de comercio, y el material, dedicado a los documentos contables (cuentas anuales). La presente Lección se centra en la contabilidad formal.

## 1. La Obligación De Contabilidad Ordenada

La llevanza de la contabilidad es obligatoria para todo empresario. Así lo sanciona el **art. 25 del Código de Comercio (CCom)**, al disponer que todo empresario deberá llevar una contabilidad ordenada adecuada a la actividad de su empresa que permita un seguimiento cronológico de todas sus operaciones.

## 2. El Concepto De Libro Contable

Un libro contable es un documento cuyo objeto es reflejar la situación económica y financiera de la empresa en un momento dado y a lo largo de su evolución. Su consulta permite conocer el estado real de las cuentas y la viabilidad del negocio.



## **2.1 Tipos De Libros Contables Obligatorios**

Existen diversos libros, si bien la ley impone la llevanza de dos de forma preceptiva:

**Libro de Inventarios y Cuentas Anuales:** Representa la actividad completa del ejercicio de un año. Su finalidad es dar una imagen general del estado de la empresa al cierre del ejercicio.

**Libro Diario:** Registra día a día y de forma detallada todas las operaciones relativas a la actividad de la empresa. Su función es reflejar la evolución diaria de la actividad empresarial.

## **3. Requisitos Formales De La Llevanza De Los Libros**

La ley impone una serie de requisitos rigurosos para garantizar la fiabilidad y la exactitud de los libros de comercio:

### **Sujeto Responsable**

Los libros deben ser llevados por el propio empresario o por una persona debidamente autorizada (v. gr., un contable). No obstante, **la responsabilidad final por cualquier error** (v. gr., registrar un gasto inexistente) **siempre recae en el empresario**.

### **Forma Y Estructura**

Los libros deberán ser **encuadrernados** (la obligación subsiste incluso para registros digitales, que deben ser impresos y encuadrernados al cierre del ejercicio) y llevados con:

- **Claridad**
- **Orden cronológico**
- **Sin espacios en blanco o intermedios, ni interpolaciones, tachaduras ni raspaduras**

La corrección de un error debe hacerse a través de una entrada correctiva que explique la discordancia, respetando el orden cronológico.

## Moneda

Las anotaciones contables deben expresarse en **euros**. Los pagos recibidos en moneda extranjera (v. gr., dólares) deben ser convertidos a euros en los libros contables.

## Legalización Y Plazo

Los libros deben ser **legalizados** (cerrar la contabilidad y presentarla al Registro Mercantil) **antes de que transcurran 4 meses siguientes al cierre del ejercicio**. Si el ejercicio fiscal finaliza el 31 de diciembre, la legalización debe realizarse antes del 30 de abril del año siguiente.

## Deber De Conservación

Los libros contables, junto con la correspondencia, la documentación y los justificantes, deberán **conservarse durante 6 años**.



## 4. La Función De La Contabilidad Y El Secreto Contable

### 4.1 Interés Del Empresario Y De Terceros

La contabilidad cumple una doble función esencial:

#### Interés Interno (Empresario)

Permite al empresario analizar la evolución de su empresa, conocer el estado real de las cuentas y tomar decisiones fundadas.

#### Interés Externo (Terceros)

Diversas personas o entidades pueden estar interesadas en la situación financiera, entre ellas:

- Entidades financieras (para evaluar la viabilidad de un préstamo)
- Proveedores, clientes e inversores
- Autoridades fiscales

## 5.2 El Principio Del Secreto De La Contabilidad (art. 32 CCom)

En España, la contabilidad de los empresarios es secreta [art. 32 CCom]. El empresario (Juan) no está obligado a mostrarla a cualquiera que lo solicite.

# 6. Excepciones Al Secreto Contable (Reconocimiento O Exhibición)

El principio de secreto no es absoluto y la contabilidad puede ser requerida en situaciones especiales que legitiman el acceso de terceros, bajo dos modalidades:

## 6.1 Exhibición General (Total)

El empresario está obligado a mostrar la totalidad de sus libros contables en casos de:

- **Sucesión Universal:** Transmisión de la empresa por herencia o venta (inter vivos). El comprador puede solicitar ver los libros como parte de la negociación para evaluar la salud financiera (diligencia debida).
- **Procedimientos Concursales:** Situaciones de suspensión de pagos, quiebra o liquidación de la empresa.
- **Inspección Legal:** Requerimiento por parte de socios o representantes legales de los trabajadores (v. gr., para asuntos relacionados con la marcha de la empresa).

## 6.2 Exhibición Parcial (Reconocimiento)

En disputas legales o asuntos concretos, una tercera persona puede solicitar que se le muestren solo los libros y documentos contables relevantes para el asunto en cuestión.

**Requisitos Formales (art. 33 CCom):** El reconocimiento de la contabilidad debe hacerse en el establecimiento del empresario, en su presencia o en la de la persona encargada. Se debe garantizar la conservación y custodia de los libros. El solicitante puede ir acompañado de los auxiliares técnicos que el juez determine.



## 7. Valor Probatorio De Los Libros Contables Y Ejemplo Práctico

### 7.1 Valor Probatorio De Los Libros Contables (Examen).

Los libros contables del empresario sí pueden utilizarse como prueba en un procedimiento judicial.

### 7.2 Apreciación Judicial

El **art. 31 CCom** dispone que el valor probatorio de los libros de los empresarios y demás documentos contables será apreciado por los tribunales conforme a las reglas generales del derecho.

### 7.3 El Principio De Aceptación De Lo Desfavorable

A pesar de su valor, su uso como prueba se somete a la regla del **art. 1228 CC**, según la cual, los asientos, registros y papeles privados:

- **Únicamente hacen prueba contra el que los ha escrito** en todo aquello que consta con claridad.
- **El tercero que quiera aprovecharse de ellos** (la parte favorable) **habrá de aceptarlos en la parte que le perjudiquen** (la parte desfavorable).

## 8. Ejemplo Práctico (Síntesis De Requisitos).

María, empresaria de accesorios de animales, está obligada a llevar los dos libros contables obligatorios: **el Libro de Inventarios y Cuentas Anuales y el Libro Diario.**

Si María autoriza a su hermano Carlos (apasionado de los stickers) a llevar la contabilidad, **la llevanza del libro no es válida si Carlos utiliza pegatinas (stickers) para marcar las ventas.** Esta práctica contraviene el requisito de claridad y limpieza formal (no pueden existir interpolaciones ni raspaduras), por lo que el empresario incumpliría la obligación legal de llevanza.

Un tercero puede solicitar la revisión de la contabilidad de María, por ejemplo, si se encuentra en:

- Un procedimiento judicial que afecte a un contrato de la empresa.
- Una auditoría fiscal de la Agencia Tributaria.
- Un proceso de venta o liquidación de la empresa.



### **CLAVE PARA EL EXAMEN:**

Recuerde que **los libros obligatorios son el Diario y el de Inventarios y Cuentas Anuales; la contabilidad es secreta (art. 32 CCom), y su valor probatorio es apreciado por los tribunales (art. 31 CCom)**, sin perjuicio de la regla de aceptación de lo desfavorable (art. 1228 CC).

# Tema 10: La Contabilidad Mercantil II

La contabilidad material se enfoca en los documentos contables que permiten evaluar el rendimiento económico, la situación financiera y el patrimonio de la empresa.

## 1. Las Cuentas Anuales (Documentos Contables)

Las cuentas anuales (Cuentas) constituyen el conjunto de documentos que deben preparar los empresarios al finalizar el ejercicio para ofrecer una visión clara y precisa del estado de la empresa. Estos documentos están regulados en el art. 35 del Código de Comercio (CCom) e integran un numerus clausus:

El Balance

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto

El Estado de Flujos de Efectivo

La Memoria

## 2. El Balance (Patrimonio Neto)

El Balance actúa como un mapa estático de la situación patrimonial de la empresa en un momento determinado.

### Activo

Representa todo lo que la empresa posee con valor económico (recursos y derechos).

### Pasivo

Representa todo lo que la empresa debe (obligaciones y deudas).

### Patrimonio Neto

Es la diferencia entre los Activos y los Pasivos, y muestra los recursos propios del negocio (capital inicial invertido, ganancias acumuladas, etc.).

## 3. Clasificación y Documentos Contables

### 3.1 Clasificación de Activo y Pasivo (Corriente/No Corriente):

Tanto el Activo como el Pasivo se dividen en:

#### Corriente (Circulante)

Aquello cuya ejecución o vencimiento (cobro/pago) se pretende realizar en menos de un año (ej., efectivo, cuentas por cobrar, inventarios de repuestos, facturas por pagar a proveedores).

#### No Corriente (Fijo)

El resto de recursos u obligaciones (ej., herramientas especializadas y equipos de reparación o préstamos a largo plazo).

## **3.2 La Cuenta de Pérdidas y Ganancias (Resultado Económico)**

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias es un documento dinámico que muestra el resultado económico o el rendimiento de la empresa durante un periodo específico.

**Contenido:** Registra los ingresos y los gastos relacionados con el negocio.

### **Resultado:**

- **Ganancias:** Cuando los ingresos superan a los gastos.
- **Pérdidas:** Cuando los gastos superan a los ingresos.

## **3.3 Estado de Cambios en el Patrimonio Neto (Variaciones)**

Este documento se enfoca en el estudio de las variaciones que ha sufrido el Patrimonio Neto de la empresa (a diferencia de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, que se centra en el resultado económico). Consta de dos partes:

1. Refleja los ingresos y gastos distinguiendo los reconocidos en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de los registrados directamente en el Patrimonio Neto.
2. Muestra todos los movimientos habidos en el Patrimonio Neto, incluyendo los procedentes de transacciones realizadas con los socios o propietarios (actuando como tales).

# **4. Estado de Flujos, Memoria y Auditoría**

## **4.1 Estado de Flujos de Efectivo (Cobros y Pagos)**

El Estado de Flujos de Efectivo pone de manifiesto los cobros y pagos realizados por la empresa durante el ejercicio, ordenados y agrupados por categorías, especificando el origen y el destino de este flujo de dinero.

## **4.2 La Memoria (Ampliación e Interpretación)**

La Memoria es un documento que complementa, amplía y comenta la información contenida en los otros documentos que integran las Cuentas Anuales. Es esencial para la interpretación contextual de los datos numéricos.

## **4.3 Principios de Redacción y Firma**

**Firma (art. 37 CCom):** Las Cuentas Anuales deben ser firmadas por el propio empresario, por todos los socios ilimitadamente responsables y por todos los administradores de las sociedades.

**Principios (art. 38 CCom):** La redacción debe seguir los principios recogidos en el art. 38 CCom.

# **5. La auditoría de cuentas: concepto y obligatoriedad**

## **5.1. Concepto y Finalidad**

La Auditoría de Cuentas es la actividad encaminada a verificar si lo plasmado en las Cuentas Anuales refleja una imagen fiel del patrimonio y situación económica de la empresa.

## **5.2 Obligatoriedad de la Auditoría (Fuentes y Límites)**

La obligación de someter las cuentas a auditoría depende de la naturaleza de la entidad y de ciertos límites económicos que garantizan su relevancia en el tráfico jurídico.

### **5.3 Obligación Legal General (Acuerdo o Interés Legítimo):**

Todo empresario estará obligado a someter a auditoría las Cuentas Anuales cuando:

- Lo acuerde la Junta General de Accionistas (JGA) o el órgano equivalente.
- Lo acuerde el Registrador Mercantil del domicilio social del empresario, si acoge la petición fundada de quien acredite un interés legítimo [art. 40 CCom].



## **5.4 Entidades Sujetas Obligatoriamente por su Naturaleza (Disposición Adicional Primera, Ley 2015):**

Están sujetas a auditoría, con independencia de su naturaleza, aquellas entidades en las que concurren, entre otras, las siguientes circunstancias (ejemplos de aplicación de la Disposición Adicional Primera de la Ley 2015):

### **Emisión de Valores**

Que emitan valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales de valores (Bolsa) o sistemas multilaterales de negociación (ej., Telefónica).

### **Oferta Pública de Obligaciones**

Que emitan obligaciones en oferta pública (ej., una compañía de infraestructuras).

### **Intermediación Financiera**

Que se dediquen de forma habitual a la intermediación financiera y, en todo caso, las entidades de crédito y las empresas de servicio de inversión (ej., bancos como Santander o empresas de inversión).

### **Seguros y Pensiones**

Que su objeto social sea una actividad de seguro privado, de fondos de pensiones y sus entidades gestoras (ej., empresas aseguradoras).

### **Subvenciones Públicas**

Que reciban subvenciones, ayudas o realicen obras o suministren bienes al Estado y demás organismos públicos dentro de los límites que fije reglamentariamente el Gobierno (ej., una ONG o una constructora que trabaje para el Estado).

### **Otras Entidades**

Las demás entidades que superen los límites que reglamentariamente fije el Gobierno por real decreto (ej., una gran empresa de tecnología por su tamaño y facturación).

## 6. Obligatoriedad en Sociedades y Resumen

### 6.1 Obligatoriedad en Sociedades de Capital (Límites Cuantitativos):

La auditoría es obligatoria en todo caso para las sociedades de capital (Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital, art. 263), salvo si cumplen, durante dos ejercicios consecutivos, al menos dos de las siguientes condiciones de exclusión (sociedades pequeñas):

**2.85M€**

**5.7M€**

**50**

#### Total Activo

Que el total de las partidas del activo no supere los 2.850.000 euros.

#### Cifra de Negocios

Que el importe neto de su cifra anual de negocios no supere los 5.700.000 euros.

#### Trabajadores

Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio anterior no sea superior a 50.

## 7. Resumen de claves

### Documentos

#### Contables

#### Obligatorios

Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Estado de Cambios en el Patrimonio Neto, Estado de Flujos de Efectivo y Memoria.

### Balance

#### Estructural

La diferencia entre Activo (lo que tiene) y Pasivo (lo que debe) es el Patrimonio Neto (recursos propios). Distinción Corriente (menos de 1 año) y No Corriente (más de 1 año).

### Auditoría

Su objetivo es la imagen fiel del patrimonio. Es obligatoria en función de la naturaleza (ej., cotizadas, bancos) o el tamaño (superación de límites de activo, negocio o trabajadores).

# BLOQUE 3

**DERECHO DE LA COMPETENCIA**

# Tema 1: Derecho de la Competencia I

## 1. Concepto Y Delimitación De La Materia

El Derecho de Competencia constituye un bloque normativo fundamental del Derecho Mercantil, cuyo objetivo primario es asegurar la Libertad de Competencia en el mercado.

## 2. La Libertad de Competencia (Principio Constitucional)

Se entiende por competencia la situación que se produce entre dos o más empresarios que ofrecen bienes y servicios, chocando en el mercado para captar clientes (v. gr., Construcciones Ricardo vs. Construcciones Jiménez). Esta situación de concurrencia es lo que se denomina libertad de competencia, principio reconocido expresamente en el art. 38 de la Constitución Española (CE).

## 3. Delimitación de las Materias de Regulación

La protección de esta libertad da lugar a dos bloques normativos diferenciados y regulados en leyes separadas:

- **Derecho de Defensa de la Competencia:** Regula las conductas atentatorias contra la libertad de competencia, en las que el empresario limita o falsea la competencia (v. gr., un acuerdo entre empresas para subir el precio de la vivienda un 40%). El Derecho de Defensa de la Competencia busca proteger la competencia en sí misma, considerándose nulas tales conductas.
- **Competencia Desleal:** Regula el abuso en la competencia (v. gr., una empresa que se inventa que sus ladrillos son de un material especial). Esta materia se estudiará en temas sucesivos.

## 4. Fuentes Normativas

La regulación de la Defensa de la Competencia se encuentra en una doble fuente:

**Normativa de la Unión Europea:** Principalmente en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE).

**Normativa Estatal:** La Ley de Defensa de la Competencia (LDC).

## 5. Conductas Prohibidas: Acuerdos Y Prácticas Concertadas

El principio de libertad de competencia se ve limitado por una serie de conductas prohibidas que, en esencia, implican una colusión entre competidores. Estas se regulan en el art. 1.1 de la LDC y requieren dos presupuestos esenciales: un acuerdo de voluntades y un objeto atentatorio contra la competencia.

### El Presupuesto Del Acuerdo De Voluntades

El art. 1.1 LDC recoge el presupuesto del acuerdo de voluntades. La voluntad entre empresas para eliminar o restringir la competencia no tiene que ser de manera expresa. La ley abarca distintas formas de colusión, desde las más explícitas a las más tácitas.

### El Presupuesto Del Objeto Atentatorio

Además del acuerdo de voluntades, es necesario que este tenga por objeto o produzca el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en el mercado.

- **Acuerdos Expresos:** Se dan cuando la colusión ocurre mediante un pacto formal (v. gr., un pacto expreso entre Construcciones Ricardo y Construcciones Jiménez para subir los precios).
- **Decisiones o Recomendaciones Colectivas:** Decisiones adoptadas por asociaciones de empresas.
- **Acuerdos Tácitos (Prácticas Concertadas):** Se presuponen con un simple comportamiento coordinado o paralelo de las empresas en el mercado. Si una empresa sube el precio y la otra, al comprender la jugada, también lo hace para restringir la competencia, se considera un acuerdo tácito.

## **EXAMEN: Elemento Intencional (Vulneración de la Competencia):**

Para que un acuerdo tácito sea prohibido, debe quedar en evidencia que se realiza con el objetivo de vulnerar la competencia. Si las dos empresas de construcción suben el precio debido a una subida general y objetiva de los costes en el mercado (v. gr., el aumento del precio del cemento), no se considera atentatorio contra la libertad de competencia.

El art. 1.1 LDC enumera diversas conductas, entre las que se encuentran:

- Fijar, de forma directa o indirecta, precios o condiciones comerciales.
- Limitar o controlar la producción, la distribución, el desarrollo técnico o las inversiones.
- Repartir el mercado o las fuentes de aprovisionamiento.
- Aplicar condiciones desiguales a terceros para prestaciones equivalentes.
- Subordinar la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que no guarden relación con el objeto del contrato.

## **6. Supuestos De Exención Y Exoneración**

Existen ciertas conductas que, aunque en principio son contrarias a la libertad de competencia, pueden quedar exentas de la prohibición o exoneradas de sanción.

---

01

---

02

---

03

### **Exención Por Conductas De Menor Importancia (De Minimis)**

La LDC contempla la exención de ciertas conductas de menor importancia, basadas en la cuota de mercado conjunta de las empresas (v. gr., cuando la cuota conjunta de mercado no supere el 10% o el 15%, dependiendo del caso).

### **Exención Por Interés Público (Art. 1.3 LDC)**

Ciertas prácticas que falsean la competencia pueden declararse exentas si cumplen rigurosos requisitos.

### **Exoneración Por Ley (Art. 4 LDC)**

Ciertas conductas quedan exoneradas por ley [art. 4 LDC] de la prohibición si son impuestas por una ley que proteja el interés público.

- ADVERTENCIA (Modificación Normativa Europea):** La normativa europea ha modificado parcialmente esta exención, excluyendo ciertas conductas de esta ordenación de menor importancia. En la práctica, la exención por de minimis no se aplica a conductas graves que atenten contra la competencia, como la fijación de precios de venta, la limitación de la producción o el reparto del mercado, por considerarse hardcore restrictions.

## **6.1 Requisitos para la Exención por Interés Público:**

- **Objetivo de Exención:** Deben tener por objetivo mejorar la producción o la distribución de los productos o promover el progreso técnico o económico.
- **Beneficio al Consumidor:** Es imperativo que el acuerdo reserve a los consumidores una participación equitativa en el beneficio resultante.
- **Proporcionalidad:** Las restricciones impuestas deben ser indispensables para conseguir los objetivos y no deben eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos.

**Ejemplo Típico:** En el caso de las viviendas, un acuerdo que, en lugar de subir el precio, hubiera acordado una bajada por motivos de eficiencia que beneficiara directamente a los consumidores, podría ser autorizado.



## 7. Conductas Prohibidas: El Abuso De Posición Dominante

La LDC no prohíbe la existencia de una posición dominante en el mercado (v. gr., que Construcciones Ricardo sea la única constructora), sino el **abuso de dicha posición** para falsear la competencia.

### Definición De Abuso

Se considera que una empresa abusa de su posición en el mercado cuando utiliza su poder de monopolio (o posición dominante) para subir libremente el precio de sus viviendas o falsear la competencia sin tener en cuenta a sus proveedores, competidores o clientes.

### Casos De Abuso De Posición Dominante (Art. 2.2 LDC)

El **art. 2.2 LDC** enumera diversas conductas que se consideran abuso. Se produce un abuso cuando la empresa:

#### Imposición De Precios No Equitativos

Impone precios de compra o de venta u otras condiciones comerciales o de servicios no equitativas.

#### Limitación De La Producción

Limita la producción, la distribución o el desarrollo técnico en perjuicio indirecto de las empresas o de los consumidores.

#### Condiciones Desiguales

Aplica condiciones desiguales para prestaciones equivalentes a terceros.

#### Subordinación Contractual

Subordina la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que no guarden relación con el objeto del contrato.

- EXAMEN:** Las conductas del art. 1 LDC (Acuerdos) requieren una colusión (pacto), mientras que las del art. 2 LDC (Abuso de Posición Dominante) son unilaterales y solo pueden ser cometidas por empresas con una posición dominante en el mercado.

# Tema 2: Derecho de la Competencia II

Las concentraciones económicas implican la unificación, total o parcial, de las direcciones de distintas empresas (v. gr., la fusión de Construcciones Jiménez y Construcciones Ricardo), generando un riesgo potencial de restricción de la competencia o de formación de monopolios. El Derecho de Competencia ejerce un control ex ante sobre estas operaciones.

## 1. Umbrales De Notificación Y Procedimiento De Autorización

El control de concentraciones requiere la notificación de la operación a la autoridad competente (Comisión Europea o CNMC) si se superan ciertos umbrales económicos.

### Umbral Comunitario

La notificación y la autorización de la Comisión Europea solo serán necesarias cuando la cifra de negocios se dé en varios Estados de la Unión Europea y sea muy alta (aproximadamente 5.000 millones de euros), pudiendo variar según los casos establecidos por la normativa comunitaria.

### Umbral Nacional (CNMC)

En caso de que no se alcance el umbral comunitario, pero las empresas radiquen en España, se deberá notificar la concentración a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) si se superan los siguientes umbrales [art. 9 LDC]:

- La cuota de mercado ocupada por la concentración suponga el 30% o más del mercado relevante del producto.
- La cifra de negocios en España de todas las empresas implicadas en la concentración supere conjuntamente los 240 millones de euros en ventas.

## 1.1 Procedimiento De Autorización Y Potestad Gubernamental

Tras la notificación, la autoridad competente (Comisión Europea o CNMC) podrá admitir a trámite la concentración o denegarla.

- **Intervención del Gobierno:** Cabe destacar que, a pesar de la denegación por parte de la CNMC, la decisión de la CNMC podrá ser autorizada igualmente por el Gobierno (vía política), atendiendo a los intereses generales, si bien es una excepción a la regla de la autoridad competente.

## 2. El Control De Las Ayudas Públicas Estatales Y Los Órganos De Defensa

El Estado puede otorgar ayudas públicas a empresas, ya sea de forma directa (dinero) o indirecta (v. gr., condonación de deudas o ventajas fiscales). Estas ayudas se consideran a priori atentatorias contra el principio de libertad de competencia, ya que suponen una desventaja al resto de empresas del mercado al falsear las condiciones de concurrencia.

### 2.1 Régimen De Prohibición General

El Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) establece una prohibición general del otorgamiento de ayudas públicas a empresas.

**Ayudas Compatibles con el Mercado Común:** El art. 107 del TFUE recoge las excepciones a la prohibición, aceptándose ayudas que se consideran compatibles con el mercado común por razones de interés general. Estas incluyen:

- Ayudas destinadas a favorecer el desarrollo económico de regiones.
- Ayudas para fomentar la realización de un proyecto importante de interés común.
- Ayudas destinadas a promover la cultura y la conservación del patrimonio.

**Aprobación y Competencia:** La aprobación de la concesión de ayudas públicas corresponde a la Comisión Europea, que determina si resultan o no compatibles con el mercado común. La CNMC puede emitir informes preceptivos sobre ayudas españolas.

### 3. Los Órganos De Defensa De La Competencia

La vigilancia del cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia se confía a una compleja estructura orgánica.

01	02	03
<b>Órgano Comunitario (Comisión Europea)</b>  La Comisión Europea es el órgano encargado de velar por la aplicación de la normativa en defensa de la competencia, sancionando las conductas más graves (v. gr., infracciones a los arts. 101 y 102 del TFUE). Los casos que no sean de especial gravedad se subordinan a los órganos estatales.	<b>Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)</b>  La CNMC es el órgano central regulado por la Ley 3/2003. Es un organismo público independiente adscrito al Ministerio de Economía. Se compone de un Pleno (órgano superior) y de dos Salas: la Sala de Competencia y la Sala de Supervisión.	<b>Tribunales Autonómicos de Defensa de la Competencia</b>  Existen órganos autonómicos, denominados Tribunales Autonómicos de Defensa de la Competencia. No obstante, la CNMC será siempre la competente cuando se trate de infracciones de interés nacional o que afecten a varias comunidades autónomas.

**Funciones de las Salas:** La Sala de Competencia se encarga de enjuiciar las cuestiones debatidas y los litigios. La Sala de Supervisión se encarga de emitir un informe preceptivo que debe tener en cuenta la Sala de Competencia en muchos casos. El Pleno resuelve asuntos indelelegables o cuando se produzca una divergencia de criterios entre las dos Salas.

**Competencias:** La CNMC asume las competencias relativas a las conductas prohibidas (arts. 101 y 102 TFUE y LDC). También tiene funciones consultivas y legitimación para impugnar actos administrativos que obstaculicen la competencia.

# 4. Procedimiento Sancionador Y Consecuencias Civiles

El procedimiento sancionador ante la CNMC puede ser iniciado de oficio o por denuncia. Tras el mismo, se emite una resolución que puede declarar la culpabilidad o la absolución.

## 4.1 Recurso y Sanciones

**Recurso:** Contra la resolución que confirme la culpabilidad solo cabe el recurso contencioso-administrativo.

**Sanciones:** La culpabilidad se clasifica en leve, grave o muy grave [arts. 63 a 68 LDC], pudiendo la sanción máxima alcanzar hasta el 10% del volumen total del negocio de la empresa.

**Programa de Clemencia:** Se establece una excepción a la multa: la empresa que participe en una infracción pero la denuncie ante la autoridad competente podrá quedar eximida de esta multa si cumple con los requisitos legales (programa de clemencia).



# 5. Consecuencias Civiles De La Infracción De Competencia

**La Acción de Resarcimiento de Daños y Perjuicios:** La infracción de las normas relativas a la defensa de la competencia conlleva la obligación de indemnizar por los daños y perjuicios causados a terceros.

**Competencia Judicial:** La competencia para exigir este resarcimiento de daños y perjuicios corresponde a los Juzgados de lo Mercantil, y no a la CNMC [cita por completar].

**Plazo de Prescripción:** Las acciones para exigir el resarcimiento prescriben a los 5 años desde que tuvo lugar la infracción.

**Responsabilidad Empresarial:** Los dueños de la empresa (v. gr., los socios) deberán responder por la multa solidariamente, y con todos sus bienes personales, en caso de que la empresa no lo haga.

## 5.1 Cuantificación De Los Daños

La cantidad a pagar por la empresa infractora se determina en razón de los daños sufridos que queden probados por el demandante.

**Presunción de Daños:** El art. 76.3 LDC establece que la prueba de tales daños se presume existente en muchos casos, por lo que no es necesaria tal prueba por parte del demandante. En casos de difícil cuantificación, el juez determinará la cantidad a indemnizar.

**Criterios de Cálculo:** Se utilizan dos criterios principales:

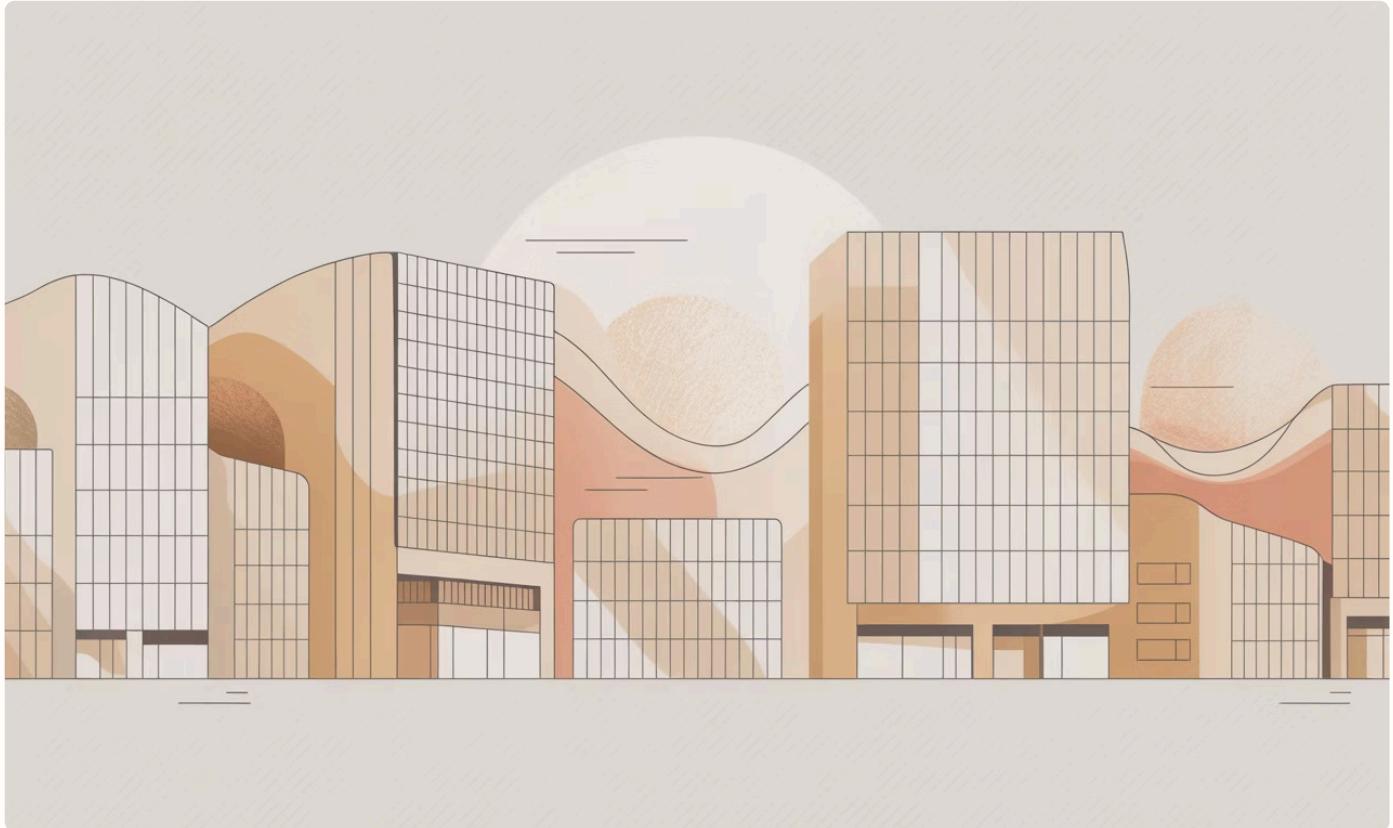
## Sobrecoste o Daño Emergente

La diferencia entre el precio realmente pagado y el precio que habría tenido que pagar el perjudicado de no haberse cometido la infracción (el sobreprecio).

## Lucro Cesante

La ganancia económica que el perjudicado ha dejado de obtener como consecuencia de la infracción (v. gr., el descenso de ventas de un supermercado).

- ❑ **ADVERTENCIA (Repercusión de Precios):** Hay que cuidar el cálculo del daño emergente en casos de repercusión de precios. Si un supermercado sube el precio a sus clientes como consecuencia de la infracción del fabricante, los perjudicados son los consumidores, no el supermercado. No obstante, el supermercado sí podría reclamar el lucro cesante por la reducción de ventas.



# Tema 3: Caso Práctico.

## ATRESMEDIA y MEDIASET

El presente caso práctico analiza la sanción impuesta a dos grandes grupos audiovisuales en España, Mediaset (cadenas como Telecinco y Cuatro) y A3media (cadenas como Antena 3 y La Sexta), por incurrir en prácticas anticompetitivas que distorsionaron el mercado publicitario. Ambos grupos fueron condenados a multas de más de 77 millones de euros por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

### La Práctica Anticompetitiva: Fijación de Cuotas y Extraprimas

La conducta colusoria se manifestó en dos prácticas que, de forma coordinada, expulsaron a los competidores más pequeños (v. gr., 13TV) del mercado de la publicidad:

**Elevada Cuota de Inversión Inicial (Canon):** Ambos grupos impusieron a sus anunciantes (v. gr., Coca-Cola) una elevada cuota de inversión inicial (Canon). Esta exigencia forzaba al anunciante a invertir una elevada parte de su presupuesto publicitario en estos gigantes, lo que reducía drásticamente su interés en contratar con cadenas de menor rango.

**Pago de Extraprimas a Agencias de Publicidad:** Mediaset y A3media pagaban extraprimas a las agencias de publicidad para atraer una cierta cantidad de clientes. Al recibir estos pagos, las agencias perdían interés en promover contratos con las cadenas televisivas pequeñas, focalizando los ingresos publicitarios en los dos grandes grupos.

# 1. Fundamento De La Prohibición (Conducta Colusoria)

La sanción se fundamenta en la prohibición de acuerdos entre empresas que tengan por objeto o efecto eliminar las barreras de competencia para obtener un beneficio económico, en perjuicio de los consumidores y competidores.

## Acuerdo De Voluntades (Presunción Tácita)

El primer paso para demostrar la práctica anticompetitiva es la existencia de un acuerdo de voluntades (que no tiene por qué ser expreso, sino tácito). En este caso, la conducta es anormal: no es habitual que dos competidores con una elevada cuota de mercado coordinen la subida de cuotas y el pago de primas de esta manera. Se presume que existió un acuerdo tácito para eliminar la competencia.

## Conducta Colusoria (Art. 1 LDC Y 101 TFUE)

La conducta de los grupos audiovisuales encaja en la conducta colusoria prohibida, recogida en el art. 1 de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC) y en el art. 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). Específicamente, la CNMC consideró que se incurrió en fijar un precio a los anunciantes y forzarles a invertir el total del presupuesto, lo cual está expresamente tipificado como práctica anticompetitiva.

## 2. Régimen Sancionador Y Consecuencias

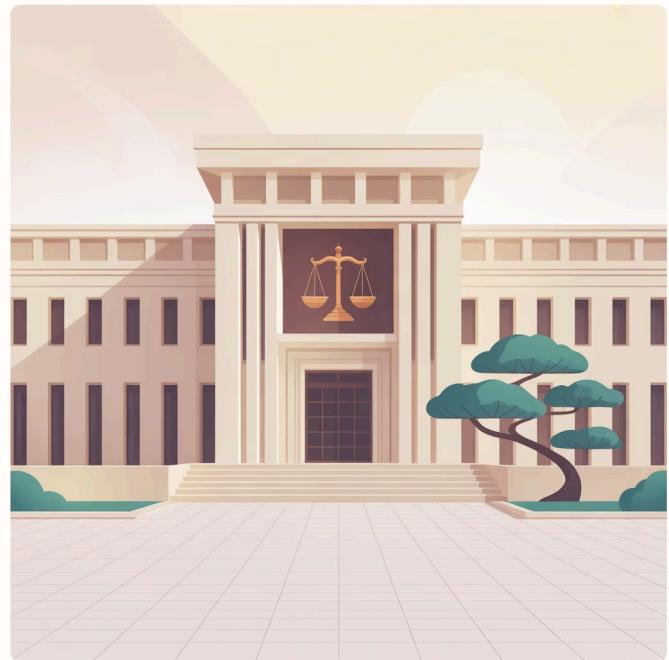
### 2.1 La Sanción Y Su Cuantía

La CNMC calificó estas prácticas como una **infracción grave [art. 62 LDC]**.

**Determinación de la Multa:** Las infracciones graves pueden alcanzar hasta el 5% del volumen de negocio total de la empresa. Dada la elevada facturación de Mediaset y A3media, el volumen de negocio es muy alto, lo que explica la sanción cercana a los 77 millones de euros.

### 2.2 Consecuencia Procesal (Recurso)

La CNMC es un organismo público y no un tribunal judicial. Por lo tanto, la resolución sancionadora fue recurrida por Mediaset y A3media a la vía contencioso-administrativa. **Será la Audiencia Nacional la que deba pronunciarse finalmente sobre la legalidad de la sanción.**



- **CLAVE DEL CASO:** La clave jurídica reside en la prueba del acuerdo de voluntades tácito (coordinación de prácticas) y la desproporción de los daños causados a los competidores, lo que justifica la aplicación de la LDC.

# Tema 4: Competencia Desleal I

La competencia desleal surge cuando un empresario excede los límites de la libertad de actuación en el mercado, utilizando medios incorrectos para obtener una ventaja. Esta conducta perjudica tanto a los intereses de los competidores como a los consumidores.

La regulación de la Competencia Desleal se encuentra en la **Ley de Competencia Desleal (LCD) o Ley 3/1991**. Esta ley establece un sistema de prohibición que se estructura a través de dos cláusulas generales, que delimitan el concepto de deslealtad en dos niveles.

## 1. Nivel I: Cláusula General Que Afecta A Otros Empresarios

Esta primera cláusula establece el marco general de la deslealtad y afecta a las relaciones entre competidores.

Definición (art. 2 LCD): Se considera un acto de competencia desleal aquel que se realiza en el mercado, ejecutado con fines concurrenceales y que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe.

De estas notas, las dos últimas son las cruciales:

Acto Concurrecial: Implica que el acto es objetivamente idóneo para promover o asegurar la difusión en el mercado de las prestaciones propias del empresario. (V. gr., la actuación de Pepe vendiendo batidos milagrosos es concurrecial porque busca posicionar su producto).

Contrario a la Buena Fe: La buena fe es un concepto jurídico indeterminado que la jurisprudencia ha interpretado en este ámbito como la proscripción de:

- Actos que busquen limitar o restringir la libertad y autonomía de decisión del consumidor.
- Actos que busquen obstaculizar al competidor.
- Actos que busquen aprovechar indebidamente del esfuerzo ajeno.

## 2. Nivel II: Cláusula General Que Afecta A Consumidores Y Usuarios

Esta segunda cláusula es más específica y se aplica a las relaciones entre el empresario y los consumidores.

**Definición (art. 4.1 LCD):** Se entenderá por acto contrario a las exigencias de la buena fe el comportamiento de un empresario o profesional contrario a la diligencia profesional que distorsione o pueda distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio (o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica).

Esta cláusula se fundamenta en dos presupuestos inseparables:

### A. Falta De Diligencia Profesional

**Concepto:** Se entiende como el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas o estándares del mercado. Se busca colocar las prácticas honestas en el centro del sistema.

**Aplicación:** La afirmación de Pepe de que sus batidos hacen perder 15 kilos es contraria a la diligencia profesional, ya que se aparta de las prácticas honestas y de los cuidados esperados de un empresario en el mercado.

### B. Distorsión Del Comportamiento Económico Del Consumidor Medio

**Concepto:** Comprende cualquier actuación susceptible de distorsionar de manera significativa el comportamiento al que se dirige la práctica, lo que implica alterar la capacidad del consumidor de tomar una decisión con pleno conocimiento de causa.

**Consumidor Medio:** El análisis se centra en el consumidor medio de ese producto (v. gr., personas con sobrepeso que buscan adelgazar). Si el acto desleal altera su decisión de compra, se cumple este presupuesto.

**Ámbitos de Distorsión:** La distorsión puede producirse en relación con múltiples aspectos de la decisión económica:

- La selección de una oferta (ej., ofrecer un batido milagroso que no se ajusta a la realidad).
- La contratación de un bien o servicio.
- El pago de un precio (ej., ocultar costes suplementarios).
- La conservación del bien (ej., mentir sobre la caducidad).
- El ejercicio de los derechos contractuales en relación con bienes y servicios.

### 3. Síntesis De Claves Conceptuales

Los actos de competencia desleal son prácticas desleales que buscan alterar el comportamiento de los consumidores y afectan negativamente al funcionamiento de los mercados.

#### 3.1 Cláusulas Fundamentales:

##### Nivel Empresarial (Cláusula General)

**Acto concurrencial + Contrario a la Buena Fe** (Art. 2 LCD).

##### Nivel Consumidor (Cláusula Específica)

**Falta de Diligencia Profesional + Distorsión del Comportamiento Económico del Consumidor Medio** (Art. 4.1 LCD).

## 4. Cláusulas Generales De Competencia Desleal

<b>Cláusula General</b>	<b>Objeto Principal de Protección</b>	<b>Notas (Criterio de Deslealtad)</b>	<b>Esenciales</b>	<b>Art. LCD</b>
<b>Nivel Empresarial</b>	El funcionamiento del mercado y los intereses del competidor.	Acto ejecutado con fines concurrenceales y contrario a la Buena Fe.		<b>Art. 2</b>
<b>Nivel Consumidor</b>	La autonomía de decisión del consumidor medio.	Comportamiento contrario a la Diligencia Profesional que distorsiona el Comportamiento Económico del Consumidor Medio.		Art. 4.1



# Tema 5: Competencia Desleal II

Conviene advertir que no existe un listado tasado (numerus clausus) de actos de competencia desleal. La Ley de Competencia Desleal (LCD) recoge una serie de supuestos, pero cualquier acto puede ser catalogado como desleal siempre y cuando cumpla los requisitos de las cláusulas generales (vistas en la clase anterior).

Los actos de competencia desleal se agrupan en tres grandes categorías, según el interés que vulneren:

- **Actos contrarios a los intereses de los competidores.**
- Actos contrarios a los intereses de los consumidores.
- Actos contrarios al mercado (o desleales en general).

La presente Lección se centra en la primera categoría, es decir, **los actos contrarios a los intereses de los competidores.**

## 1. Actos Contrarios A Los Intereses De Los Competidores

### Acto De Denigración

El acto de denigración se define por el art. 9 de la LCD como la realización o difusión de manifestaciones sobre la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero que sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado.

**Ejemplo Típico:** La conducta de la empresa Pum, que contrata cuentas bots para difundir un dato totalmente falso (que las zapatillas de Room Project se resquebrajan al tercer día) y menoscabar su crédito, encaja perfectamente en este supuesto, provocando la caída de sus ventas.



## 2. Límite: Expresiones Exactas Y Pertinentes (EXAMEN)

No estaremos ante un acto de denigración si las expresiones emitidas por el competidor fueran exactas, verdaderas y pertinentes.

**Pertinencia:** Es fundamental que el adjetivo pertinente sea subrayado.

No se consideran pertinentes las manifestaciones que tengan por objeto la nacionalidad, las creencias o la ideología, así como las circunstancias personales del afectado, aun cuando fuesen ciertas.

### 2.1 Acto De Imitación

El acto de imitación se regula en el art. 11 de la LCD y busca generar la asociación por parte de los consumidores respecto a la prestación, a través del aprovechamiento indebido de la reputación o del esfuerzo ajeno.

**Requisito:** El acto es desleal siempre que los riesgos de asociación o de aprovechamiento de la reputación ajena sean evitables.

**Ejemplo Típico:** Crear una nueva cerveza cuyo logo resulte prácticamente idéntico al de una marca notoria (v. gr., Cruzcampo), lo que genera una asociación en los consumidores y un aprovechamiento indebido de la reputación o del esfuerzo ajeno.

### 3. Aprovechamiento Y Violación De Secretos

#### Aprovechamiento Indebido De Reputación Ajena

En este tipo de actos, se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas. Estos signos deben ir acompañadas de indicaciones acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como modelo, sistema, tipo, clase y similares.

**Ejemplo Típico:** Vender un vino afirmando que es de denominación de origen de Rioja (alta calidad), cuando en realidad es de otra procedencia (v. gr., Asturias). En este caso, se estaría aprovechando de la reputación ajena.

#### Violación De Secretos

Se considera desleal la divulgación o explotación sin autorización de su titular de secretos industriales o empresariales a los que se haya tenido acceso:

- **Ilegítimamente:**
- **Legítimamente, pero con deber de reserva:**

**Ejemplo Típico:** Un competidor que se infiltra en una empresa y obtiene la fórmula de creación de sus productos, que constituye un secreto industrial, para duplicar exactamente su sistema.

- Requisito Particular (EXAMEN):** Este acto se caracteriza porque no es necesario que cumpla los requisitos de la cláusula general del art. 2 de la LCD (es decir, no es preciso que el comportamiento se realice en el mercado y con fines concurrenceales).

# 4. Inducción A La Infracción Contractual

Este acto de deslealtad implica inducir a la infracción contractual.

## 4.1 Inducción Desleal (Sabotaje)

Se produce cuando se anima a los trabajadores de la empresa contraria a no cumplir con sus obligaciones establecidas por contrato (v. gr., difundir bulos y mentiras entre los trabajadores para que realicen un sabotaje).

## 4.2 Límites (Inducción Lícita, EXAMEN)

El acto de fichar a empleados de otra compañía ofreciéndoles un sueldo más alto no es per se un acto de competencia desleal. Únicamente es desleal cuando:

- Tenga por objeto la difusión o explotación de un secreto industrial o empresarial.
- Vaya acompañada de circunstancias tales como el engaño o la intención de eliminar a un competidor del mercado.

# 5. Repaso

Se han analizado los siguientes actos contrarios a los intereses de los competidores:

01	02	03
<b>Actos De Denigración</b> Manifestaciones aptas para menoscabar el crédito en el mercado	<b>Actos De Imitación</b> Generación de asociación y aprovechamiento indebido de reputación	<b>Actos De Aprovechamiento Indebido</b> Empleo de signos distintivos ajenos o denominaciones falsas
04	05	
<b>Actos De Violación De Secretos</b> Divulgación o explotación no autorizada de secretos industriales	<b>Actos De Inducción Contractual</b> Inducción a la infracción de obligaciones contractuales	

# Tema 6: Competencia Desleal III

Los actos de competencia desleal contrarios a los intereses de los consumidores se definen por poner en riesgo la libertad de decisión del consumidor, distorsionando su comportamiento (v. gr., para que seleccione una determinada oferta o pague un precio específico).

## 1. Actos De Confusión

Los actos de confusión constituyen todo comportamiento que resulte idóneo para crear confusión con la actividad, las prestaciones o el establecimiento ajeno [art. 20 LCD].

### Presupuesto: Riesgo De Asociación

Basta con que se produzca el riesgo de asociación por parte del público consumidor respecto de la procedencia de la prestación para que la práctica sea desleal.

El riesgo de confusión se concreta en que el público concluya que dos productos o servicios proceden de un mismo empresario o de empresas vinculadas jurídica o económicamente entre sí.

### Evaluación

Siempre que los actos de confusión afecten a la ley de consumidores y usuarios, se van a evaluar conforme al art. 20 de la Ley de Competencia Desleal (LCD), dejando a un lado los actos contrarios a los intereses de los competidores vistos en lecciones anteriores.

- **Ejemplo Típico:** Si Pepe crea unas zapatillas similares a las de Nike y con el mismo logo o uno idéntico, la gente comprará su producto pensando que es Nike, lo que provoca el riesgo de asociación.

## 1.1 Criterios De Apreciación De Confusión (Doble Comparación)

Para apreciar la existencia de este acto de confusión, hay que efectuar dos tipos de comparaciones concurrentes:

### Similitud Y Proximidad Competitiva (Producto)

**El producto objeto del acto de confusión ha de tener identidad o similitud y proximidad competitiva con los correspondientes productos o servicios.** Si Pepe vende tapones de baño con un logo parecido al de Nike, no existiría una similitud entre los productos y, por tanto, no se daría ese riesgo de confusión.

### Identidad En La Presentación Comercial (Signos Distintivos)

**La confusión debe tener alguna similitud en lo que se refiere a la identidad o a la prestación comercial, sus signos distintivos o su publicidad.** El acto de confusión puede tener lugar en lo que se refiere al producto (zapatillas) o en otros signos identificadores de la actividad, la prestación o el establecimiento. (V. gr., si Pepe monta una tienda de venta de móviles idéntica a la de Apple).

## 2. Actos De Engaño

Los actos de engaño [art. 7 LCD] son actos de competencia desleal que:

 Contengan información falsa; o,

 Contengan información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación, induzca o puede inducir a error a los destinatarios.

La finalidad de esta práctica es alterar su comportamiento económico.

-  **Ejemplo Típico (Información Falsa):** Atribuir a unas zapatillas una propiedad milagrosa (correr un 50% más rápido gracias a una supuesta fibra de carbono) que es falsa. Esto provoca una creencia errónea en el destinatario (Elena) al comprar las zapatillas.

## 2.1 Omisiones Engañosas

También se consideran actos de engaño las omisiones engañosas, es decir, aquellas omisiones que consisten en la ocultación de información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa.

- Ejemplo Típico (Omisión):** Vender una crema hidratante no apta para pieles sensibles sin indicarlo en la venta del producto.

## 2.2 Información Intangible Y Falta De Claridad

Serán desleales aquellas prácticas donde la información ofrecida sea poco clara, intangible, ambigua o no se ofrezca en el momento adecuado. Es muy importante tener en cuenta el contexto fáctico en que se produce (v. gr., un crédito bancario con una tasa de interés del 30% oculta).

## 2.3 Otros Actos De Engaño Específicos

La LCD recoge un amplio elenco de otros actos de engaño contrarios a los intereses de los consumidores y usuarios, entre los que se encuentran:

- Las prácticas engañosas sobre códigos de conducta u otros signos distintivos [art. 21 LCD].
- Las prácticas señuelo y las prácticas promocionales engañosas.
- Las prácticas de venta piramidal.

# 3. Actos De Comparación Y Prácticas Agresivas

## 3.1 Actos De Comparación

Los actos de comparación [art. 10 LCD] son perfectamente legítimos y lícitos. La deslealtad se produce cuando hay un exceso al realizar la comparación.

## 3.2 Requisitos De Licitud De La Comparación (EXAMEN)

Para no estar ante un acto de competencia desleal, es imprescindible cumplir los siguientes requisitos:

01

### Identidad De Finalidad Y Necesidades

**Los bienes o servicios comparados habrán de tener la misma finalidad o satisfacer las mismas necesidades.** Si un fabricante de bicicletas eléctricas compara su producto con un coche de alta gama, la comparación sería desleal.

02

### Objetividad Y Verificabilidad

**La comparación se ha de realizar de modo objetivo entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los bienes y servicios, entre los cuales podrá incluirse el precio.** La falta de objetividad y verificabilidad (v. gr., afirmaciones de batería sin datos específicos) puede considerarse una violación de las normas de comparación.

03

### Denominación De Origen (D.O.)

**En el caso de productos amparados por una denominación de origen o indicación geográfica, la comparación ha de realizarse únicamente frente a productos de la misma denominación.** (V. gr., un vino sin D.O. no puede compararse con un Champagne).

04

### No Implicar Réplica O Imitación

**Es imprescindible que los bienes o servicios no se presenten como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique una marca o nombre comercial protegido** (v. gr., un fabricante de zapatos que vende un modelo similar a una marca de diseño protegida comercializándolo como "igual de bueno que la marca X").

**El incumplimiento de tan solo alguno de estos requisitos convierte el acto de comparación en desleal.**

## 3.2 Prácticas Agresivas

Las prácticas agresivas [art. 8 LCD] constituyen todo comportamiento que sea susceptible de mermar de forma significativa la libertad de elección o conducta del destinatario, mediante:

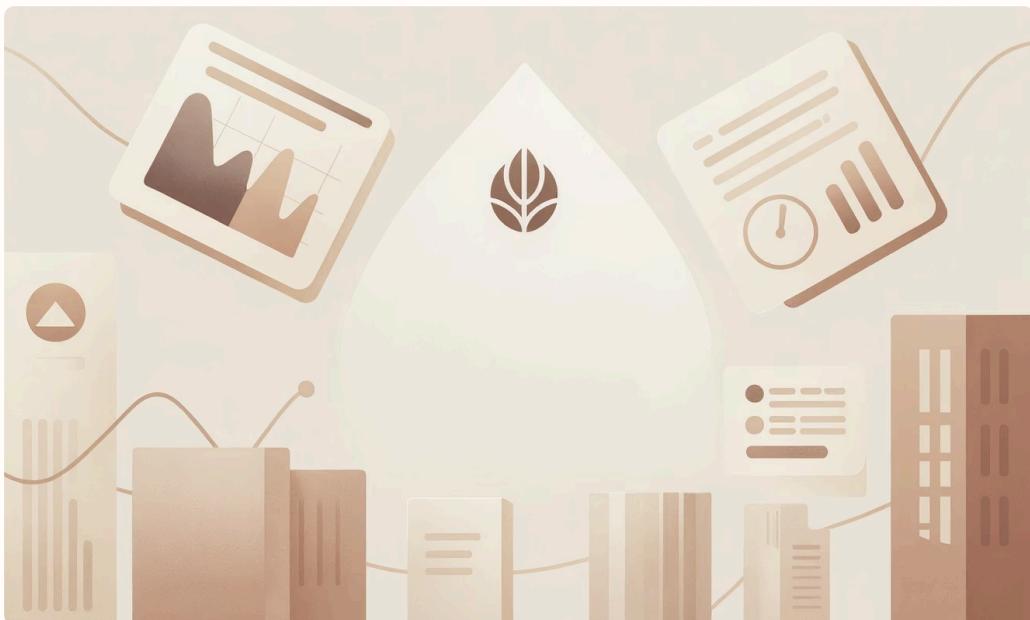
**Acoso**

**Coacción**

**Influencia Indebida**

Estas prácticas pueden afectar al comportamiento económico del consumidor.

**Circunstancias de Apreciación (art. 8 LCD):** Para determinar si se produce el acoso, la coacción o la influencia indebida, se tendrán en cuenta el momento y el lugar en que se produce. Entre las circunstancias a considerar se encuentran el empleo de un lenguaje o comportamiento amenazador o la explotación por parte del empresario de cualquier infortunio o circunstancia del destinatario. (V. gr., vender un producto diciendo que, si no lo compra, tendrá 10 años de mala suerte).



## 4. Actos Contrarios Al Mercado Y Conclusión

Los actos contrarios al mercado son un último grupo de actos desleales que afectan al funcionamiento general del mercado.

### Violación De Normas

Se considera desleal el hecho de preveralser en el mercado de una ventaja competitiva adquirida mediante la infracción de las leyes.

**Requisito:** La ventaja ha de ser significativa.

**Ejemplo Típico:** Un bar que explota a inmigrantes ilegales cobrando 4€ la hora para mantener sus precios más baratos que el bar de enfrente (1€ el café). La ventaja competitiva se adquiere por la infracción de leyes (laborales, de extranjería).

### Discriminación Y Dependencia Económica

Se considera ilícito el tratamiento discriminatorio del consumidor en materia de precios y demás condiciones de venta, a no ser que medie causa justificada.

**Ejemplo Típico:** Un empresario con dos tiendas en barrios distintos que vende el mismo producto al doble de precio en el barrio rico que en el barrio humilde. Esto es desleal si no existe un motivo justificado (v. gr., una diferencia desorbitada en el precio del alquiler) que sustente tal discriminación.

### Venta A Pérdida (Below Cost Selling)

**La venta a pérdida** es aquella que se realiza bajo coste, es decir, vendiendo un producto sin obtener un beneficio y sin que se cubran los costes de producción.

**Régimen Legal:** La venta a pérdida no es ilegal en sí misma, pero es desleal cuando tenga por efecto:

- Sacrificar la imagen de un producto o de un establecimiento ajeno.
- Forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado (v. gr., poner las zapatillas a 20€ para forzar el cierre de la competencia).

# Tema 7: Competencia Desleal IV

La Ley de Competencia Desleal (LCD) confiere al perjudicado (v. gr., D. Pepe) un amplio abanico de acciones para combatir los actos desleales. Estas acciones pueden ejercitarse de forma acumulada y se dirigen a restaurar el orden legal, hacer cesar la conducta y, en su caso, resarcir los daños.

## 1. Independencia Del Elemento Subjetivo Y Del Daño

Es un principio fundamental de la LCD que, para la estimación de la mayoría de las acciones (declarativa, cesación, prohibición y remoción), **no se requiere la concurrencia de un elemento subjetivo (dolo o negligencia) ni la realización de un daño económico efectivo** por parte del demandante. Basta la mera deslealtad objetiva del acto.

## 2. Acciones Declarativas, De Cese Y De Remoción

### 2.1 Acción Declarativa De Deslealtad

Mediante esta acción, el demandante solicita al Juzgado que se declare que una determinada conducta es desleal, por ser contraria a las cláusulas generales de la LCD.

### **2.2 Cláusulas Invocables:**

- La cláusula general sobre la buena fe del art. 4 LCD (que afecta a los consumidores y usuarios).
- La prohibición de actos desleales establecida en el art. 5 LCD.

**Requisito:** Ambas vías se consideran independientes por los tribunales. **Pepe podría invocar el art. 5 LCD (que regula los actos de engaño) para denunciar la publicidad de la fibra de carbono especial.**

## 2.2 Acción De Cesación Y De Prohibición De La Reiteración

Esta acción busca la interrupción inmediata de la conducta desleal.

- **Acción de Cesación:** Se solicita que no se continúe con la realización del acto desleal que se está llevando a cabo. Si el acto ya no se está realizando, la acción de cesación no se estimará.
- **Acción de Prohibición:** Se solicita que se prohíba la repetición o reiteración futura del acto desleal. Esta acción subsiste aun cuando la cesación no se estime, como es lógico, ya que el riesgo de reiteración puede persistir.

## 2.3 Acción De Remoción De Los Efectos

Mediante la acción de remoción, se solicita que se eliminen los efectos negativos producidos por el acto de competencia desleal, con el objetivo de restablecer el orden anterior existente en el mercado.

**Requisito Probatorio:** Será imprescindible que subsistan los efectos perturbadores en el mercado, y la carga de la prueba de esta subsistencia recaerá sobre el demandante.

**Medidas a Instar:** La ley no establece medidas concretas; es el demandante el que debe indicarlas. Las medidas deben guardar proporcionalidad con los perjuicios causados.

**Ejemplo (Remoción / Rectificación):** Si la empresa competidora retira los carteles pero la gente sigue creyendo en las fibras milagrosas, la remoción puede implicar la colocación de un cartel rectificativo que desmienta la información engañosa. La acción de rectificación podrá solicitarse, p. ej., en el caso de informaciones engañosas, incorrectas o falsas.

### **3. Acciones Reparatorias Y Resarcitorias**

#### **3.1 Acción De Resarcimiento De Daños Y Perjuicios**

Si como consecuencia del acto de competencia desleal (v. gr., la publicidad engañosa de las fibras de carbono), el demandante ha sufrido una pérdida económica (v. gr., 10.000 euros de lucro cesante), esta acción busca que la empresa desleal indemnice por los daños y perjuicios ocasionados.

#### **3.2 Acción De Enriquecimiento Injusto (Derechos De Exclusiva).**

La acción de enriquecimiento injusto es una acción resarcitoria que se reserva para los casos en los que se viola un derecho de exclusiva (v. gr., una marca, patente o propiedad industrial) u otro de análogo contenido económico.

#### **3.3 Presupuestos:**

Para su estimación, deben probarse tres extremos:

1. El enriquecimiento injusto del demandado (v. gr., ingresos disparados por copiar el modelo).
2. La pérdida para el actor (demandante).
3. La relación causal entre ambos.

**Sin Dolo ni Negligencia:** En este caso, no se requiere dolo ni negligencia por parte del demandado.

**Condena:** En caso de estimación, se condenará al pago al demandante de la cantidad que compense su pérdida.

## 4. Tipos De Acciones De Competencia Desleal

Acción	Finalidad	Requisito Subjetivo / Daño
Declarativa	Que el juez declare la deslealtad del acto.	No se requiere dolo, negligencia ni daño.
Cesación/Prohibición	Cese inmediato y prohibición de reiteración futura.	No se requiere dolo, negligencia ni daño.
Remoción/Rectificación	Eliminar los efectos perturbadores y restablecer el orden.	No se requiere dolo, negligencia ni daño. Carga de la prueba en el demandante.
Resarcimiento	Indemnización por daños y perjuicios causados.	<b>Sí requiere probar dolo o negligencia y el daño.</b>
Enriquecimiento Injusto	Restitución del beneficio por violación de derecho de exclusiva.	No se requiere dolo ni negligencia.

# Tema 8: Actos De Competencia Desleal

## 1. Actos De Engaño

Se produce un engaño con respecto a lo que es realmente el producto o servicio que se está vendiendo, incidiendo sobre sus características o la naturaleza del bien. **Ej:** **pastillas milagrosas.**

## 2. Omisiones Engañosas

Cuando se oculta información o se presenta de manera poco clara para que el destinatario adopte una determinada decisión o realice un comportamiento.

**Ej:** **banco que engaña a sus clientes.**

## 3. Prácticas Agresivas

Se busca mermar la libertad de elección del destinatario mediante acoso o coacción. **Ejemplo:** **Vendedor a puerta fría que no para de insistir.**

## 4. Actos De Denigración

Difusión de bulos para desacreditar a un tercero en el mercado, es decir, mentir acerca de los competidores. **Hay una excepción, en el caso de que tales afirmaciones sean verdaderas.**

## 5. Actos De Comparación

Cuando se compara un producto con otro en extremos que no guardan similitud. En el resto de casos, si se puede comparar un producto con otro existente.



## 6. Actos De Imitación

Con carácter general se pueden imitar productos ya existentes en el mercado. En los casos de estar el producto protegido por una marca o patente, es cuando estamos ante un acto de imitación.



## 7. Explotación De La Reputación Ajena

Cuando un empresario se aprovecha de la reputación obtenida por un competidor en el mercado.

**Ej:** **empleo de marcas ajenas**



## 8. Violación De Secretos Industriales

Consiste en la adquisición de forma ilegítima de la información secreta de otra empresa. Por ejemplo, la adquisición de la fórmula de la coca cola

# **BLOQUE 4**

## **PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL**

# Tema 1: Las Patentes I

El progreso tecnológico e industrial constituye un pilar de la economía moderna. El Derecho Mercantil recompensa y protege este avance mediante la figura de las creaciones técnicas, las cuales resuelven un problema técnico para satisfacer las necesidades de la comunidad mediante su aplicación industrial o comercial.

Las creaciones técnicas se articulan principalmente en dos vertientes:

- Patentes.
- Modelos de Utilidad.

La presente lección se centra en la primera de ellas.

## 1. Concepto Y Justificación De La Patente

La patente se define como una creación intelectual tendente a resolver un problema técnico para satisfacer las necesidades de la comunidad directamente mediante su aplicación industrial. (V. gr., la batería de litio de Tesla que abarata costes y mejora la aceleración de los automóviles eléctricos, resolviendo un problema técnico para la producción en masa).

### 1.2 El Derecho Exclusivo (Monopolio De Explotación):

La razón de ser del sistema de patentes es promover la investigación y el progreso tecnológico e industrial en una economía de libre mercado. Para ello, se otorga un monopolio de explotación al inventor.

**Definición de Patente:** Es un **título de naturaleza oficial que reconoce el derecho de explotación en exclusiva de una invención**. Este derecho permite al inventor (Tesla) eliminar del mercado a los competidores que deseen fabricar su invención.

## 2. Marco Normativo De La Patente

El derecho de patentes tiene una **triple dimensión normativa: nacional, europea e internacional**. Nótese que la patente se rige por el **principio de territorialidad**; su registro en un país determinado no produce eficacia automática en el resto del mundo.

### 1. Regulación Nacional

A nivel estatal, las patentes se regulan en la **Ley 24/2015**. Esta ley establece el procedimiento básico para la obtención de la patente en España.

### 2. Regulación Europea (Patente Europea - CPE)

El marco europeo se rige por el **Convenio sobre Concesión de Patentes Europeas (CPE)**, adoptado en Múnich el 5 de octubre de 1973.

### 3. Regulación Internacional (Tratado de Cooperación)

A nivel global, la figura central es el **Tratado Internacional de Cooperación en Materia de Patentes (PCT)**, firmado en Washington.

### 2.1 Regulación Mínima Centralizada:

El CPE establece una **regulación mínima que se aplica a todas las patentes europeas**, con preferencia sobre eventuales normas de carácter nacional. Además, crea un procedimiento centralizado de concesión de patentes, cuya gestión se encarga a la Oficina Europea de Patentes.

### 2.2 Unidad Y Autonomía De La Patente Europea (EXAMEN):

La patente europea se caracteriza por:

#### Unidad:

Es única porque se **concede, transmite, revoca o expira para todos los países de la organización** (Estados miembros de la UE y otros Estados contratantes). (V. gr., la patente de la batería de litio de Tesla se aplica a España, Alemania, Italia, etc.).

#### Autonomía:

Es autónoma porque a todos estos trámites **solo se aplica la normativa prevista en el CPE**.

### 3. Procedimiento Internacional Y Síntesis

#### 3.1 Procedimiento Único (No Patente Mundial):

El PCT no crea una patente internacional con vigencia universal, sino que regula un procedimiento único para que, en base a una patente ya concedida en el país de origen, esta pueda tramitarse de forma simplificada en los diversos estados en que se solicita.

**Requisito del Registro Local:** El solicitante (Tesla) debe tener primero su patente registrada en su país y luego presentar su solicitud en cada uno de los países deseados. La protección final de la invención se otorga según las concretas leyes nacionales de cada Estado. (V. gr., si la patente es similar a una existente en China, se puede denegar la inscripción en ese país, aun siendo válida en España o EE. UU.).

#### 3.2 Principios Rectores Internacionales:

La disciplina internacional se rige por dos principios fundamentales:

##### Principio de Trato Nacional:

Obliga a todos los estados suscritos al tratado a conceder a los ciudadanos de los demás estados contratantes la misma protección y ventajas que concede a sus nacionales. (V. gr., Tesla debe recibir el mismo trato en España que una empresa española que solicite una patente).

##### Principio de Derecho de Prioridad:

Otorga al solicitante de una patente internacional el derecho a efectuar el depósito en los otros países durante un plazo de 12 meses con efectos retroactivos a la primera solicitud. (V. gr., si Tesla solicita la patente a nivel internacional en abril de 2024, tendrá preferencia sobre una solicitud posterior de una empresa española en mayo de 2024, dentro de ese plazo).



## 4. Síntesis De Claves (EXAMEN)

**Concepto Clave:** La patente es un **título oficial que concede el monopolio de explotación en exclusiva de una invención** para compensar el progreso técnico.

### Regulación:

- **Nacional:** Ley 24/2015.
- **Europea (CPE):** Procedimiento centralizado de concesión con principios de **Unidad y Autonomía**.
- **Internacional (PCT):** No concede una patente mundial, sino que simplifica el procedimiento para la solicitud en múltiples estados, respetando las leyes nacionales (**Principio de Territorialidad**).

# Tema 2: Las Patentes II

## 1. Requisitos De Patentabilidad

La patente se configura como el título de propiedad industrial por autonomía, otorgando un derecho de exclusiva sobre una invención. Para que el Estado conceda dicha protección, la solicitud debe satisfacer una serie de presupuestos materiales rigurosamente tasados en la legislación. A este respecto, resulta fundamental el análisis del art. 4 de la Ley de Patentes, que establece una tríada de requisitos cumulativos: **la invención debe ser nueva, implicar una actividad inventiva y ser susceptible de aplicación industrial.**

Antes de abordar cada requisito, conviene precisar qué se entiende por «invención». El legislador, en lugar de ofrecer una definición positiva, opta por una delimitación negativa, excluyendo del concepto aquello que no puede ser objeto de patente. De este modo, **no se considerarán invenciones los meros descubrimientos**, como podría ser el hallazgo de una piedra preciosa, por cuanto carecen de la aportación técnica transformadora que se exige al inventor. Tampoco se reputan invenciones, a efectos de patentabilidad, las teorías científicas o los métodos matemáticos. Del mismo modo, las creaciones estéticas, como las obras literarias o artísticas, quedan fuera de este ámbito y pertenecen a la esfera de la propiedad intelectual; un ejemplo paradigmático sería la imposibilidad de patentar la saga de novelas de Harry Potter.

Una invención técnica, como una batería eléctrica desarrollada por la empresa Tesla, no se encuadra en ninguna de estas exclusiones, por lo que su patentabilidad dependerá del cumplimiento de los tres requisitos positivos.

**El primer requisito es la novedad.** La ley exige una novedad de carácter absoluto o mundial, lo que significa que la invención no puede estar comprendida en el «estado de la técnica». Dicho estado está constituido por todo aquello que, antes de la fecha de presentación de la solicitud, se haya hecho accesible al público en España o en el extranjero, ya sea por una descripción escrita, oral, una utilización o cualquier otro medio. La invención debe suponer, por tanto, una aportación genuina que trascienda lo ya existente.

Para ilustrarlo, si las baterías de litio de Tesla únicamente supusieran una mejora menor sobre tecnologías preexistentes, no cumplirían este requisito. Sin embargo, si logran un resultado técnico hasta ahora inalcanzado, como almacenar una gran cantidad de energía en un espacio muy reducido, se considera que introducen una novedad absoluta que supera el estado de la técnica y, por ende, son patentables.

Novedad	Actividad Inventiva	Aplicación Industrial
<b>Novedad absoluta o mundial</b>  No comprendida en el estado de la técnica (lo accesible al público antes de la solicitud)	<b>No debe resultar evidente</b> para un experto en la materia a partir del estado de la técnica  Requiere un "salto" cualitativo, no una mera evolución obvia	<b>El objeto debe poder ser fabricado</b> o utilizado en cualquier tipo de industria  Debe ser reproducible y funcional

En segundo lugar, se exige la existencia de **actividad inventiva**. Este presupuesto, de especial relevancia para el examen, se cumple cuando la invención no resulta del estado de la técnica de una manera evidente para un experto en la materia. No basta, por tanto, con que la solución técnica sea nueva; es preciso que implique un verdadero salto cualitativo, un mérito creador que no se deduzca de forma obvia de lo ya conocido. Una modificación trivial, como el diseño de una silla con cinco patas, carecería de altura inventiva, pues un técnico medio en el sector podría alcanzar dicho resultado sin un esfuerzo creador genuino.

Finalmente, la invención debe ser **susceptible de aplicación industrial**. Este requisito impone que el objeto de la patente pueda ser fabricado o utilizado en cualquier clase de industria. La invención debe ser ejecutable y reproducible, de modo que un experto en la materia, siguiendo las operaciones descritas en la solicitud, pueda obtener el resultado previsto. Por revolucionaria que fuese una batería diseñada por Tesla, si su fabricación resultara inviable o no pudiera introducirse en la industria para aportar una mejora real, carecería de aplicación industrial y, por consiguiente, no sería patentable.

## 2. Excepciones A La Patentabilidad

La mera concurrencia de los requisitos analizados no garantiza de forma automática la concesión de una patente. El ordenamiento jurídico establece una serie de límites infranqueables, excluyendo ciertas materias de la patentabilidad por razones de orden público, moralidad o por su propia naturaleza. Estas excepciones se encuentran recogidas en el art. 5 de la Ley de Patentes.

En primer lugar, **no serán patentables las invenciones cuya explotación comercial sea contraria al orden público o a las buenas costumbres**. Nótese que la prohibición no deriva de la invención en sí, sino de su potencial explotación. A este respecto, la ley alude expresamente a supuestos de especial sensibilidad social, como los procedimientos de clonación de seres humanos, los de modificación de la identidad genética germinal de la persona y la utilización de embriones humanos con fines industriales o comerciales. Un ejemplo ilustrativo sería el de un sujeto, Pepe, que crea una nueva droga con potentes efectos alucinógenos. Aunque dicha sustancia pudiera satisfacer los requisitos de novedad y actividad inventiva, su patente sería denegada por ser su explotación manifiestamente contraria al orden público.

Asimismo, y por razones de dignidad, **el cuerpo humano, en los diferentes estadios de su constitución y desarrollo, así como el simple descubrimiento de uno de sus elementos, no es patentable**.

En segundo lugar, la ley excluye de la patentabilidad **las variedades vegetales y las razas animales**. Estos ámbitos se rigen por normativas específicas de protección. Por tanto, no sería posible, por ejemplo, patentar un pingüino.

Finalmente, el legislador también declara no patentables **los métodos de tratamiento quirúrgico o terapéutico del cuerpo humano o animal, y los métodos de diagnóstico aplicados al mismo**. Esta exclusión busca garantizar que el progreso en las ciencias de la salud sea accesible y no quede monopolizado por derechos de exclusiva que puedan obstaculizar la práctica médica.

Contenido Y Titularidad Del Derecho De Patente

El derecho de patente conferido a su titular presenta un doble contenido, que conviene distinguir con claridad: una dimensión personal y otra patrimonial.

### Contenido Personal

**El contenido personal se manifiesta en el derecho moral**, de carácter personalísimo, que corresponde al inventor a ser reconocido como autor de la invención. Este derecho es inalienable e intransmisible, y persiste aun cuando la titularidad económica de la patente corresponda a un tercero. De este modo, si la empresa Tesla registra la patente de sus baterías, el inventor o equipo de inventores conservarán siempre el derecho a ser mencionados como tales.

### Contenido Patrimonial

**Desde la perspectiva económica, el contenido patrimonial es, sin duda, el aspecto más relevante**. La patente es un bien inmaterial dotado de valor económico y, como tal, es plenamente transmisible. El titular puede ejercitar directamente su derecho de exclusiva o bien cederlo a terceros. Así, nada impediría que Tesla vendiera su patente a otra empresa, como BMW, a través de un contrato de cesión.

En cuanto a la titularidad, conviene precisar dos reglas fundamentales. Primero, **el derecho a la patente puede pertenecer a varias personas en común**, en cuyo caso se establece un régimen de cotitularidad, conforme al art. 10 de la Ley de Patentes. Segundo, y de crucial importancia para el examen, rige el principio de prioridad registral. No importa quién concibió primero la invención, sino quién presenta primero la solicitud. Si BMW hubiera desarrollado una tecnología idéntica a la de Tesla y presentase la solicitud en la Oficina Española de Patentes y Marcas un día antes, la prioridad le correspondería, frustrando el derecho de Tesla, con independencia de la fecha real de la invención.

### 3. Régimen De Las Invenciones Laborales

Una cuestión de gran relevancia práctica es la determinación de la titularidad de las patentes generadas en el seno de una relación laboral. La ley distingue varios supuestos en función del contexto en que se produce la invención.

**El primer supuesto, regulado en el art. 15 de la Ley de Patentes, se refiere a las invenciones de encargo.** Estas son las realizadas por un empleado durante la vigencia de su contrato, cuando dicha actividad de investigación constituya, explícita o implícitamente, el objeto del mismo. Si Tesla contrata a un equipo de científicos e ingenieros con el fin específico de desarrollar sus baterías, las invenciones resultantes pertenecerán al empresario. Como regla general, el empleado inventor no tiene derecho a una remuneración suplementaria, pues su actividad inventiva ya es la contraprestación de su salario.

Con todo, esta regla admite una excepción: si la aportación personal del trabajador a la invención y la importancia de la misma para la empresa exceden de manera evidente el contenido explícito o implícito de su contrato, tendrá derecho a una compensación económica justa. Piénsese en el caso de un nuevo ingeniero, Juan, que en dos semanas logra fabricar las baterías que un equipo completo no había conseguido en meses. Su aportación extraordinaria justificaría una remuneración adicional.



<b>Característica</b>	<b>Invenciones de Encargo (art. 15 LP)</b>	<b>Invenciones de Servicio (art. 17 LP)</b>
<b>Contexto</b>	Fruto de una actividad de investigación que es objeto del contrato de trabajo	Realizada por el empleado en relación con su actividad, utilizando conocimientos o medios de la empresa
<b>Titularidad</b>	Pertenece por ley al empresario	El empresario tiene derecho a asumir la titularidad o a reservarse un derecho de utilización
<b>Derecho del Empleado</b>	Regla general: Sin derecho a remuneración adicional (se entiende incluida en el salario)	Regla general: Derecho a una compensación económica justa, fijada según la importancia de la invención
<b>Excepción</b>	Derecho a compensación si la aportación excede de forma evidente el objeto del contrato	No aplica (la compensación es la regla)

**El segundo supuesto corresponde a las invenciones de servicio o explotación, contempladas en el art. 17 de la Ley de Patentes.** En este caso, el empleado realiza una invención relacionada con su actividad profesional en la empresa, habiendo influido en ella predominantemente los conocimientos adquiridos dentro de la compañía o la utilización de medios proporcionados por esta. A diferencia del supuesto anterior, la invención no era el objeto específico de su contrato.

Imaginemos que Juan, trabajando en las baterías de litio de Tesla, descubre y crea un tipo diferente de batería que, sin ser de litio, supone un ahorro energético revolucionario. Aunque no fuera su encargo, lo ha logrado en el ejercicio de su actividad y con los medios de la empresa. Para estos casos, **la ley reconoce al empresario el derecho a asumir la titularidad o a reservarse un derecho de utilización**. Sin embargo, y esto es fundamental, dicha decisión está condicionada a que se otorgue al empleado una compensación económica justa, fijada en atención a la importancia industrial y económica de la invención.

A mayor abundamiento, conviene precisar que, incluso si los hallazgos del empleado no son patentables pero otorgan una ventaja competitiva a la empresa (como un secreto industrial), **el trabajador tendrá derecho a reclamar del empleador una compensación razonable**, fijada conforme a los mismos criterios.

**En resumen, el derecho de patentes se articula sobre los pilares de novedad, actividad inventiva y aplicación industrial. Quedan excluidas las invenciones contrarias al orden público. El derecho conferido tiene una vertiente personal (reconocimiento del inventor) y otra patrimonial (transmisible), y su régimen en el ámbito laboral pondera los intereses del empresario y la justa compensación del mérito del empleado.**

# Tema 3: Las Patentes III

La concesión de una patente confiere a su titular un conjunto de derechos de naturaleza exclusiva, cuyo contenido y alcance se erigen como un elemento central del sistema. El art. 58 de la Ley de Patentes (LP) establece el núcleo de este derecho, otorgando al titular la facultad de disfrute exclusivo de la invención patentada durante un plazo improrrogable de veinte años. Esta prerrogativa se traduce en un derecho de veto (*ius prohibendi*) que permite al titular impedir que terceros no autorizados exploten la invención en aquellos territorios donde la patente se encuentre registrada.

De este modo, se configura un verdadero monopolio legal de carácter temporal. A modo de ejemplo, si la mercantil Tesla, Inc. obtuviese una patente para una nueva tecnología de baterías de litio, estaría facultada durante dicho plazo para prohibir que otras empresas del sector, como BMW o Peugeot, desarrollen o comercialicen baterías que incorporen dicha tecnología. En el supuesto de que un tercero contravenga esta prohibición, el titular de la patente ostentará el derecho a exigir una indemnización que, conforme al ordenamiento, deberá ser razonable y adecuada a las circunstancias del caso, resarciendo así el perjuicio ocasionado por la infracción.

## 1. La Protección Frente A Imitaciones: La Doctrina De Los Equivalentes

Conviene precisar que el derecho de exclusiva no se limita a una protección literal del objeto patentado, sino que se extiende a aquellas realizaciones que, sin ser idénticas, reproducen sus elementos esenciales. El legislador, previendo la posibilidad de imitaciones fraudulentas que introduzcan modificaciones irrelevantes para eludir la protección, ha consagrado en el art. 68 LP la denominada **doctrina de los equivalentes**.

En virtud de esta doctrina, se considerará que existe una vulneración del derecho de patente cuando un competidor introduce en el mercado un producto que, aun presentando variaciones o alteraciones formales respecto del objeto patentado, desempeña en la práctica la misma función y obtiene el mismo resultado por medios sustancialmente idénticos. Nótese que el elemento determinante no es la identidad formal, sino la **equivalencia funcional**. Así, si un competidor como BMW desarrollase una batería con una morfología externa distinta a la de Tesla, pero cuya funcionalidad y principio técnico subyacente fuesen equivalentes, el titular de la patente podría accionar judicialmente invocando dicha doctrina para la defensa de sus derechos. La correcta aplicación de este concepto es, por tanto, crucial para el examen de la materia.

## 2. Facultades Del Titular: Vertiente Positiva Y Negativa

El derecho emanado de la patente presenta una doble dimensión que resulta fundamental para su comprensión sistemática: una **vertiente positiva**, que faculta al titular para la explotación, y una **vertiente negativa**, que le permite impedir la explotación por terceros.

### Vertiente Positiva

La vertiente positiva se materializa en la facultad del titular para explotar la invención patentada de forma exclusiva en el tráfico económico. A este respecto, el ordenamiento establece una presunción juris tantum de gran relevancia práctica: se presume que todo producto o sustancia de características idénticas o sustancialmente similares al patentado ha sido fabricado mediante el procedimiento protegido.

### Límites De La Explotación

No obstante, esta facultad de explotación no es absoluta. El ejercicio del derecho de patente se encuentra sometido a los límites generales del ordenamiento jurídico. De este modo, la explotación no podrá realizarse de forma abusiva o contraria a la ley, la moral, el orden público o la salud pública. Un supuesto paradigmático de explotación abusiva sería aquel en el que el titular, amparándose en su posición de monopolio, establece precios predátorios o desproporcionados para el producto patentado.

### 3. Vertiente Negativa: El Ius Prohibendi

En su vertiente negativa, el derecho de exclusiva se manifiesta como la potestad de impedir a terceros no autorizados la explotación de la invención. Esta prohibición abarca tanto la **explotación directa** como la **indirecta**.

#### Explotación Directa

La prohibición de explotación directa comprende todos los actos de explotación industrial y comercial, desde la fabricación del producto hasta su ofrecimiento en el mercado, importación o posesión con fines comerciales. Siguiendo con el ejemplo propuesto, Tesla podría prohibir a BMW no solo la fabricación de las baterías patentadas, sino también su venta o distribución.

#### Explotación Indirecta

Por su parte, la prohibición de explotación indirecta confiere al titular el derecho a impedir la entrega u ofrecimiento de medios, relativos a un elemento esencial de la invención, para su puesta en práctica. El presupuesto de esta prohibición es que el tercero conozca, o las circunstancias hagan evidente, que dichos medios son aptos y están destinados a la utilización de la invención patentada.

#### 3.1 Límites Al Derecho De Patente

El monopolio conferido por la patente no es ilimitado, sino que se encuentra modulado por una serie de disposiciones que buscan equilibrar el interés privado del inventor con el interés general. El art. 61 LP recoge un catálogo de limitaciones de obligada observancia.

- El derecho de patente no se extiende a los actos realizados en un ámbito privado y con fines no comerciales
- La protección se ve limitada por el **derecho de preuso**
- Ha de tenerse en cuenta el **agotamiento del derecho** tras la comercialización en el Espacio Económico Europeo

## 4. Comparativa De Derechos, Límites Y Cargas

DERECHOS (FACULTADES)	LÍMITES (RESTRICCIONES)	CARGAS (OBLIGACIONES)
Explotación exclusiva (art. 58 LP)	Actos privados/no comerciales (art. 61 LP)	Pago de anualidades
Impedir explotación directa (fabricar, vender, usar)	Derecho de preuso (explotación anterior de buena fe)	Obligación de explotar la invención
Impedir explotación indirecta (suministrar medios esenciales)	Agotamiento del derecho (tras comercialización en EEE)	Plazo: 4 años desde la solicitud o 3 desde la concesión
Acciones por violación (art. 70 LP)	Prohibición de abuso del derecho (precios abusivos, etc.)	El impago o la falta de explotación pueden causar la caducidad

### 4.1 Acciones Civiles Por Violación Del Derecho De Patente

Ante la vulneración de su derecho de exclusiva, el titular de la patente dispone de un abanico de acciones civiles para su defensa, reguladas principalmente en el art. 70 LP. Es materia de examen conocer las principales herramientas procesales a su disposición.

#### Acción De Cesación

Entre ellas destaca la acción de cesación, mediante la cual el titular puede solicitar al órgano jurisdiccional que ordene el cese inmediato de los actos que infringen su derecho. Esta acción tiene una finalidad eminentemente preventiva y busca detener la continuación del perjuicio.

#### Acción De Indemnización

A mayor abundamiento, el titular puede ejercitar una acción de indemnización de daños y perjuicios para obtener una reparación económica por el menoscabo sufrido. La cuantificación de dicha indemnización puede realizarse conforme a diversos criterios, como el lucro cesante derivado de la infracción o el importe que el infractor habría debido pagar por una licencia.

# 5. Obligaciones Y Cargas Del Titular

Finalmente, es menester señalar que el contenido del derecho de patente no se agota en las facultades del titular, sino que también le impone una serie de obligaciones o cargas cuyo incumplimiento puede acarrear la **pérdida del derecho**.

01

---

## Pago De Las Tasas Anuales De Mantenimiento

La primera de estas cargas es el pago de las tasas anuales de mantenimiento. El titular debe abonar una anualidad a la Oficina de Patentes para mantener en vigor su derecho. El impago de dichas tasas es causa de caducidad de la patente.

02

---

## Obligación De Explotar La Invención

La segunda obligación, de gran trascendencia, es la obligación de explotar la invención. La ley exige que la explotación se inicie en un plazo de cuatro años desde la fecha de presentación de la solicitud o de tres años desde la publicación de la concesión, aplicándose el plazo que expire más tarde. El propósito de esta carga es evitar que las patentes se utilicen con fines meramente especulativos o para bloquear el desarrollo tecnológico, garantizando que la invención llegue efectivamente al mercado y beneficie a la sociedad. La falta de explotación puede dar lugar a la concesión de licencias obligatorias o, en su caso, a la caducidad del derecho.

- ❑ **Nota importante:** El incumplimiento de estas obligaciones puede resultar en la pérdida definitiva de los derechos de patente, por lo que es crucial para el titular mantener un control riguroso sobre el cumplimiento de estas cargas.

# Tema 4: Las Patentes IV

El derecho de patente, como se ha expuesto en lecciones precedentes, es un bien inmaterial susceptible de tráfico jurídico. Ello implica que su titularidad puede ser objeto de transmisión mortis causa o inter vivos. Así, el titular de una patente sobre baterías de litio, como la mercantil Tesla, podría enajenar su derecho a un tercero, como BMW, a cambio de un precio.

No obstante, al margen de la transmisión plena del derecho, el ordenamiento jurídico contempla una figura de especial relevancia práctica: **la licencia**. La licencia no entraña una enajenación del derecho de patente, sino una autorización conferida por su titular (licenciatante) a un tercero (licenciatario) para que este explote la invención patentada dentro de unos límites pactados o legalmente establecidos. A diferencia de la cesión, en la licencia el licenciatante conserva la titularidad del derecho. Conviene precisar que el contrato de licencia impone al licenciatante la obligación de poner a disposición del licenciatario los conocimientos técnicos (know-how) que posea y que resulten necesarios para una adecuada explotación de la invención. De este modo, se garantiza que el licenciatario pueda explotar la patente en condiciones de eficacia análogas a las del propio titular. El sistema normativo distingue tres grandes categorías de licencias: **las voluntarias, las obligatorias y las de pleno derecho**.



# 1. Las Licencias Contractuales O Voluntarias

## 1.1 Noción Y Régimen Jurídico

Las licencias voluntarias o contractuales constituyen la manifestación más genuina de la autonomía de la voluntad en este ámbito. Se configuran como un negocio jurídico bilateral en virtud del cual el licenciante autoriza a un licenciatario para ejercitar todas o parte de las facultades que derivan del derecho de patente, a cambio de una contraprestación económica, habitualmente denominada **canon o regalía (royalty)**.

Piénsese en el supuesto de que el titular de la patente, Tesla, identifique una oportunidad de negocio en la cesión temporal de sus derechos de explotación. Otras mercantiles del sector automovilístico, como Ford, Audi o BMW, podrían estar interesadas en acceder a dicha tecnología para desarrollar sus propios vehículos eléctricos, estando dispuestas a abonar una contraprestación por ello.

El régimen de estas licencias se encuentra presidido por el **principio dispositivo o de autonomía de la voluntad**. Ello significa que las partes gozan de libertad para establecer las cláusulas y condiciones que estimen convenientes, siempre que no contravengan las leyes, la moral ni el orden público.



## 2. Modalidades De Licencias Voluntarias

Criterio	Tipo de Licencia	Características Principales
<b>Por su Alcance</b>	Limitada Ilimitada	<p>La explotación se restringe a un determinado tiempo, territorio o a ciertos aspectos de la patente (p. ej., solo ciertos componentes).</p> <p>El licenciatario puede ejercitar todas las facultades de explotación sin restricciones específicas de tiempo o materia.</p>
<b>Por su Exclusividad</b>	Simple (No Exclusiva) Exclusiva	<p>El licenciante puede otorgar licencias a múltiples licenciatarios (p. ej., a BMW y a Hyundai simultáneamente). El licenciante conserva el derecho a explotar la invención.</p> <p>Se otorga a un único licenciatario. El licenciante se obliga a no conceder otras licencias y, por regla general, a no explotar él mismo la invención.</p>

Fruto de la autonomía contractual, las licencias voluntarias pueden adoptar diversas formas, siendo las más relevantes las que atienden a su alcance y a su grado de exclusividad.

En función de su alcance, las licencias pueden ser **limitadas o ilimitadas**. Una licencia limitada es aquella que restringe la explotación a un determinado lapso temporal, a un ámbito geográfico concreto o a ciertos aspectos técnicos de la patente. Por su parte, una licencia ilimitada conferiría al licenciatario la totalidad de las facultades de explotación.

### 3. Exclusividad En Las Licencias

#### Licencias Simples

El licenciante se reserva la facultad de conceder otras licencias a terceros para la explotación de la misma invención. Tesla podría licenciar su tecnología simultáneamente a BMW, Hyundai y otros competidores.

#### Licencias Exclusivas

El licenciante confiere a un único licenciatario el derecho a explotar la invención con exclusión de cualquier otra persona. Se compromete a no otorgar licencias adicionales durante la vigencia del contrato.

Atendiendo al grado de exclusividad, se distingue entre **licencias simples (o no exclusivas) y exclusivas**.

Las licencias simples son aquellas en las que el licenciante se reserva la facultad de conceder otras licencias a terceros para la explotación de la misma invención. En este escenario, Tesla podría licenciar su tecnología simultáneamente a BMW, Hyundai y otros competidores.

Por el contrario, en la licencia exclusiva, el licenciante confiere a un único licenciatario el derecho a explotar la invención con exclusión de cualquier otra persona. A mayor abundamiento, el licenciante no solo se compromete a no otorgar licencias adicionales durante la vigencia del contrato, sino que, como regla general, se obliga también a no explotar la invención por sí mismo en el territorio objeto de la licencia. No obstante, ha de destacarse que el **art. 83.6 de la Ley de Patentes** introduce una importante matización al permitir que, incluso en las licencias exclusivas, el licenciante pueda reservarse expresamente el derecho a explotar la patente de forma simultánea con el licenciatario, si bien ello debe ser objeto de pacto expreso.

# 4. Las Licencias De Pleno Derecho Y Obligatorias

## 4.1 Las Licencias De Pleno Derecho

Esta modalidad de licencia surge de una declaración unilateral y pública del titular de la patente. El titular, mediante un escrito dirigido a la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), ofrece su invención a cualquier interesado para su explotación como licenciatario no exclusivo. La OEPM inscribe dicho ofrecimiento y le da la debida publicidad.

Mediante esta declaración, el titular manifiesta su disposición a permitir el uso de la invención a cambio de una compensación económica adecuada, cuyas condiciones puede él mismo pre establecer. A diferencia de la licencia voluntaria, donde se negocia con un licenciatario concreto, en la licencia de pleno derecho la oferta se dirige **erga omnes**, permitiendo que cualquier tercero que cumpla las condiciones estipuladas pueda acceder a la explotación de la tecnología patentada. Es un mecanismo que busca fomentar la difusión y el uso de las invenciones.

## 4.2 Las Licencias Obligatorias

Las licencias obligatorias constituyen la excepción más notable al carácter exclusivo del derecho de patente. Su principal característica es que se conceden sin el consentimiento del titular de la patente, siendo impuestas por la Administración a través de la OEPM.

Estas licencias son siempre no exclusivas y llevan el derecho del titular de la patente a percibir una remuneración adecuada, fijada por la OEPM atendiendo a las circunstancias particulares de cada caso. Su fundamento reside en la necesidad de salvaguardar intereses superiores al del titular, evitando abusos del derecho de monopolio o satisfaciendo necesidades de interés público. Los principales supuestos para su concesión son los siguientes:



- **Por falta o insuficiencia de explotación:** Si transcurrido el plazo legal (cuatro años desde la solicitud o tres desde la concesión), el titular no ha explotado la patente de manera efectiva y suficiente en el territorio nacional, cualquier tercero puede solicitar una licencia obligatoria para explotarla.
- **Por motivos de interés público:** El Gobierno puede someter una patente al régimen de licencias obligatorias cuando existan razones de salud pública, defensa nacional o imperativos para el desarrollo económico-tecnológico del país. Un ejemplo paradigmático sería la necesidad de acelerar la implantación del vehículo eléctrico, para lo cual el acceso a una tecnología de baterías patentada por una única empresa se considera fundamental para el interés nacional.
- **Para poner término a prácticas anticompetitivas:** Se pueden conceder cuando una autoridad competente haya determinado que el titular de la patente está llevando a cabo prácticas que restringen la competencia.

## 5. Cuadro Comparativo De Los Tipos De Licencia

Característica	Licencia Voluntaria	Licencia de Pleno Derecho	Licencia Obligatoria
<b>Origen</b>	Acuerdo de voluntades (contrato)	Declaración unilateral pública del titular	Acto administrativo de imposición (OEPM)
<b>Consentimiento del Titular</b>	Indispensable	Indispensable (en el ofrecimiento inicial)	Irrelevante (se impone forzosamente)
<b>Exclusividad</b>	Puede ser exclusiva o no exclusiva	Siempre no exclusiva	Siempre exclusiva
<b>Remuneración</b>	Libremente pactada por las partes	"Compensación adecuada" (fijada por el titular)	"Remuneración adecuada" (fijada por la OEPM)
<b>Finalidad Principal</b>	Explotación económica y estratégica	Fomentar la difusión y el uso amplio de la invención	Salvaguardar el interés público o corregir la falta de explotación

Este cuadro comparativo permite visualizar las principales diferencias entre los tres tipos de licencias contemplados en el ordenamiento jurídico español, destacando sus características distintivas en cuanto a origen, consentimiento, exclusividad, remuneración y finalidad principal.

# Tema 5: Las Patentes V

## 1. El Procedimiento De Concesión De La Patente

El ordenamiento jurídico español articula un procedimiento administrativo específico para la concesión del derecho de patente, cuya finalidad es verificar que la invención propuesta cumple con los requisitos de patentabilidad legalmente establecidos. Aunque el estudio pormenorizado de este iter procedural no constituye un núcleo central en los programas de examen, su comprensión es fundamental para entender la naturaleza y alcance del derecho que se obtiene. El análisis se centrará en el procedimiento nacional, por ser el de principal aplicación práctica en nuestro ámbito.

El procedimiento se inicia mediante la presentación de una solicitud formal ante la **Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)**, órgano administrativo competente para la gestión de los títulos de propiedad industrial en España. Dicha solicitud puede presentarse directamente en la sede de la OEPM o a través de los órganos competentes de las Comunidades Autónomas. Conviene precisar que, si bien la gestión puede descentralizarse, **la competencia material sobre propiedad industrial es de titularidad exclusiva del Estado**.

La solicitud debe ir acompañada de una memoria descriptiva que defina con claridad y completitud el objeto de la invención, de tal modo que un experto en la materia pueda reproducirla. Es de **capital importancia la fecha de presentación**, pues este hito temporal determinará la prioridad del solicitante y servirá de referencia para evaluar el cumplimiento del requisito de novedad, al confrontar la invención con el estado de la técnica existente en ese preciso momento.

## 2. Examen Y Publicación De La Solicitud

Una vez admitida a trámite la solicitud, la OEPM realiza un **examen de oficio de carácter formal y técnico**. Durante esta fase, el órgano administrativo verifica la corrección documental de la solicitud y la patentabilidad del objeto prima facie. Acto seguido, se emite una pieza clave del procedimiento: el **Informe sobre el Estado de la Técnica (IET)**. Este documento enumera los antecedentes técnicos (patentes anteriores, publicaciones científicas, etc.) que pueden ser relevantes para determinar si la invención cumple los requisitos de novedad y actividad inventiva. Si durante este examen se aprecian defectos, formales o de fondo, se concede al solicitante un plazo para su subsanación.

Superada esta fase inicial, la solicitud de patente, junto con el IET, se publica en el **Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BOPI)**. Esta publicación cumple una doble función: por un lado, dota de transparencia al procedimiento, permitiendo el conocimiento general de la invención solicitada; por otro, abre la puerta a la siguiente fase.

A continuación, se procede al **examen sustantivo**, en el que la OEPM analiza con rigor si la invención satisface todos los requisitos de patentabilidad: **novedad, actividad inventiva y aplicación industrial**, así como los presupuestos formales y técnicos exigidos por la legislación. Si el examen concluye favorablemente, sin que se aprecie la existencia de óbices legales, la OEPM procederá a la concesión de la patente.





La resolución de concesión se publica igualmente en el BOPI. A partir de este momento, se abre un plazo para que cualquier tercero interesado pueda formular **oposición**, alegando que la invención concedida no cumple alguno de los requisitos de patentabilidad. Esta oposición da lugar a un procedimiento contradictorio que culmina con una resolución de la OEPM, la cual puede mantener la patente, revocarla o modificarla.

Es importante destacar que las resoluciones dictadas por la OEPM en el procedimiento de concesión, así como en el de oposición, **no agotan la vía de impugnación**. Dichos actos administrativos son susceptibles de recurso en vía administrativa y, posteriormente, pueden ser impugnados ante la jurisdicción contencioso-administrativa.

A mayor abundamiento, conviene hacer una breve referencia a los sistemas de protección supranacionales. Para obtener protección en Europa, el inventor puede acudir a la **Oficina Europea de Patentes (OEP)**, siguiendo un procedimiento unificado que, una vez concedida, despliega efectos como una patente nacional en los países designados. A nivel internacional, el **Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)**, gestionado desde Washington, no concede una patente mundial, sino que facilita la tramitación de solicitudes en múltiples países, debiendo la patente ajustarse finalmente a la legislación específica de cada uno de ellos.

### 3. La Extinción Del Derecho De Patente: La Nulidad

El derecho de patente, como derecho de exclusiva de carácter temporal, está sometido a diversas causas de extinción que ponen fin a su vigencia y provocan, por regla general, que su objeto pase al dominio público. Si bien la causa más natural es la expiración del plazo legal de protección de veinte años, no es la única. El ordenamiento jurídico contempla tres grandes figuras que extinguen el derecho: **la nulidad, la caducidad y la revocación**. El estudio de sus causas, procedimientos y, fundamentalmente, sus efectos, es de suma importancia para el examen.

Causas De Nulidad	Procedimiento	Efectos Ex Tunc
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de alguno de los requisitos de patentabilidad</li><li>• Insuficiencia en la descripción</li><li>• Falta de derecho a obtener la patente</li></ul>	<p><u>Competencia de los Juzgados de lo Mercantil</u>, no de la OEPN</p> <p>Recursos ante el Tribunal Superior de Justicia</p>	<p><u>Eficacia retroactiva</u>: se considera que la patente nunca ha sido válida</p> <p>Eficacia erga omnes una vez firme</p>

**La nulidad** es una sanción que el ordenamiento impone a aquellas patentes que fueron concedidas sin cumplir los requisitos de validez exigidos en el momento de su otorgamiento.

Las causas que pueden fundamentar una acción de nulidad se encuentran tasadas en la ley. A tenor de lo dispuesto en el art. 102 de la Ley de Patentes, una patente puede ser declarada nula, principalmente, por los siguientes motivos: a) **Falta de alguno de los requisitos de patentabilidad**: La invención carecía de novedad, de actividad inventiva o de aplicación industrial en el momento de la solicitud. b) **Insuficiencia en la descripción**: La memoria descriptiva no expone la invención de forma lo suficientemente clara y completa para que un experto sobre la materia pueda ejecutarla. c) **Falta de derecho a obtener la patente**: El titular registral no era el inventor ni su causahabiente.

Es fundamental para el examen retener que **la declaración de nulidad de una patente no es competencia de la OEPM, sino que debe solicitarse por vía judicial**. La competencia objetiva recae en los Juzgados de lo Mercantil, y sus resoluciones pueden ser recurridas ante la sección correspondiente del Tribunal Superior de Justicia de la comunidad autónoma.

La declaración judicial de nulidad tiene eficacia erga omnes, es decir, produce efectos frente a todos, considerándose cosa juzgada una vez firme. El aspecto más relevante, y que debe ser destacado, es que **los efectos de la nulidad son retroactivos, lo que se conoce con la locución latina ex tunc**. Esto significa que se considera que la patente nunca ha sido válida. Las consecuencias prácticas de esta retroactividad son trascendentales.

**Ejemplo doctrinal:** Si la patente de unas baterías de litio (Tesla) es declarada nula en 2025, y un competidor (BMW) las fabricó entre 2020 y 2024, el titular de la patente anulada no podrá reclamarle indemnización alguna por infracción, ya que, a efectos jurídicos, el derecho de exclusiva nunca existió válidamente.

## 4. La Caducidad De La Patente

**La caducidad** es la forma de extinción del derecho de patente por causas sobrevenidas durante su vigencia, sin que se cuestione la validez de su concesión original.

### Causas De Caducidad

- **Expiración del plazo de vigencia:** Transcurso del plazo legal de 20 años desde la fecha de solicitud
- **Impago de las anualidades:** El mantenimiento del derecho de patente está sujeto al pago de tasas periódicas
- **Renuncia del titular:** Declaración expresa ante la OEPM
- **Falta de explotación:** No explotación en los plazos legalmente previstos

### Efectos Ex Nunc

La principal consecuencia de la caducidad es que el objeto de la patente pasa a formar parte del **dominio público**. A partir de ese momento, cualquier tercero puede fabricar, utilizar o comercializar la invención libremente.

**Nótese la diferencia crucial con la nulidad:** los efectos de la caducidad operan únicamente hacia el futuro, lo que se conoce como **eficacia ex nunc**.

La patente se considera válida durante todo el tiempo que estuvo en vigor hasta el momento de la caducidad.

**Ejemplo doctrinal:** Si la patente de Tesla caduca en 2024 por expiración de su plazo, pero la empresa inicia un litigio contra BMW por una infracción cometida entre 2019 y 2022, la acción es perfectamente viable. **La caducidad no tiene efectos retroactivos** y no afecta a los derechos que el titular ostentó mientras la patente estuvo vigente. Tesla podría reclamar la indemnización correspondiente, algo que, como se vio, resultaría imposible en un supuesto de nulidad.



## 5. La Revocación Y Limitación: Cuadro Comparativo

Finalmente, la ley contempla la posibilidad de que el propio titular de la patente solicite a la OEPM, de forma voluntaria, una modificación de su derecho que puede llevar a su extinción total (**revocación**) o parcial (**limitación**). Es de suma importancia subrayar que esta vía de extinción parte siempre de la iniciativa del titular del derecho.

La **revocación** supone la extinción total de la patente. El titular, por motivos estratégicos o de cualquier otra índole (por ejemplo, para universalizar su tecnología), decide abandonar su derecho de exclusiva. Los efectos de la revocación son, en esencia, idénticos a los de la declaración de nulidad, operando con carácter retroactivo (ex tunc).

La **limitación**, por su parte, permite al titular modificar las reivindicaciones de su patente para restringir el alcance de la protección. En la práctica, equivale a una nulidad parcial voluntaria. Solo se anulan ciertos aspectos de la patente, manteniéndose la validez del resto, y sus efectos son igualmente retroactivos respecto de la parte limitada.



<b>Característica</b>	<b>Nulidad</b>	<b>Caducidad</b>	<b>Revocación/Limitación</b>
<b>Naturaleza</b>	Sanción por vicio originario	Extinción por causa sobrevenida	Acto voluntario del titular
<b>Órgano Competente</b>	Juzgados de lo Mercantil	OEPM	OEPM
<b>Iniciativa</b>	Terceros con interés legítimo / Ministerio Fiscal	Automática o por renuncia del titular	Exclusivamente el titular
<b>Causas Principales</b>	- Falta de requisitos de patentabilidad - Descripción insuficiente	- Expiración del plazo (20 años) - Impago de anualidades - Renuncia	Voluntad del titular de extinguir o restringir su derecho
<b>Efectos Temporales (CLAVE EXAMEN)</b>	<b>RETROACTIVOS (ex tunc)</b>  Se considera que la patente nunca fue válida	<b>NO RETROACTIVOS (ex nunc)</b>  La patente fue válida hasta la fecha de caducidad	<b>RETROACTIVOS (ex tunc)</b>  La patente (o la parte limitada) nunca fue válida

# Tema 6: Modelos De Utilidad

Un modelo de utilidad es una modalidad de propiedad industrial que protege invenciones con un menor rango inventivo que las patentes. A menudo se les llama "pequeñas invenciones" o "patentes menores", ya que ofrecen una ventaja práctica a un objeto ya existente.

A continuación se detallan sus características principales y se explican otras creaciones técnicas relacionadas.

A diferencia de una patente, que protege una invención completamente nueva, un **modelo de utilidad** se centra en dar a un objeto una nueva configuración, estructura o composición que resulta en una **ventaja práctica** para su uso o fabricación.

- **Ejemplo práctico:** Imagina que Tesla ya tiene patentada su batería de litio. Si ahora desarrolla un nuevo método interno para disipar el calor que es más simple y eficiente, mejorando la funcionalidad de la batería ya existente, esa mejora no sería una nueva patente, sino un modelo de utilidad.

## 1. Requisitos

Los requisitos para registrar un modelo de utilidad son los mismos que para una patente, pero con una diferencia clave:

### 1 Novedad mundial

La invención no debe haber sido divulgada en ninguna parte del mundo.

### 2 Actividad inventiva (menos exigente)

Esta es la principal diferencia. Mientras que una patente requiere un salto inventivo significativo, para un modelo de utilidad basta con que la invención no sea "muy obvia" para un experto en la materia. Se considera una actividad inventiva de "segundo grado".

### 3 Aplicación industrial

La invención debe poder ser fabricada o utilizada en cualquier tipo de industria.

No todo puede ser un modelo de utilidad. El artículo 137 de la Ley de Patentes excluye, por ejemplo, los procedimientos, las materias biológicas y las invenciones que atenten contra el orden público.

## 2. Procedimiento De Registro

El registro se realiza a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). El procedimiento es notablemente más sencillo y rápido que el de las patentes por una razón fundamental:

- **Importante:** La OEPM concede el modelo de utilidad sin examinar a fondo la novedad ni la actividad inventiva. Solo verifica los requisitos formales y si el objeto es susceptible de ser protegido por esta modalidad.

Esto agiliza la concesión, pero tiene una contrapartida: cualquier persona o empresa (como BMW en el ejemplo) puede presentar una oposición posterior, alegando que la invención no cumplía con los requisitos de novedad o actividad inventiva desde el principio.

### 2.1 Duración Y Protección

#### Duración

Otorga un derecho de uso exclusivo durante 10 años improrrogables desde la fecha de solicitud, a diferencia de los **20 años** de una patente.

#### Acciones legales

En caso de infracción, el titular del modelo de utilidad tiene las mismas acciones y derechos para defenderse que el titular de una patente.

### 3. Otras Creaciones Técnicas Protegidas

Además de las patentes y los modelos de utilidad, existen otras figuras para proteger innovaciones específicas.

#### 3.1 Certificado Complementario De Protección (CCP)

Este instrumento está pensado para la industria farmacéutica y fitosanitaria. El proceso para obtener la autorización de comercialización de un medicamento o producto sanitario es muy largo y consume años valiosos del período de protección de la patente.

##### Finalidad

El CCP busca compensar esa pérdida de tiempo.

##### Efecto

Extiende la protección de la patente por un período máximo de **5 años adicionales**.

- **Ejemplo:** Si Pfizer patenta una nueva vacuna pero tarda 8 años en obtener el permiso para comercializarla, ha perdido 8 de sus 20 años de exclusividad. El CCP le permite recuperar hasta 5 de esos años.

## 4. Obtenciones Vegetales

Esta figura protege a los creadores ("obtentores") de nuevas variedades de plantas.

### Definición

Es un título de propiedad intelectual que reconoce el derecho exclusivo sobre una variedad vegetal nueva, distinta, homogénea y estable.

### Ejemplo

Si un agricultor desarrolla una nueva variedad de manzana con un alto contenido en proteínas, podría protegerla como una obtención vegetal.

### Protección

Concede al obtentor un **derecho de explotación exclusiva** (producir, vender, etc.) sobre su variedad. La protección puede solicitarse a nivel nacional, europeo o internacional.

### Duración

El plazo de protección es variable, pero puede llegar a ser de **25 o incluso 30 años para árboles y vides**.

# Tema 7: Diseño Industrial

Un **diseño industrial** es la **apariencia exterior** de la totalidad o de una parte de un producto. Esta apariencia no se refiere a la función técnica (como en las patentes), sino a las características estéticas como sus líneas, contornos, colores, forma o textura.

El objetivo principal de un diseño es aportar un **valor añadido comercial** al producto, haciéndolo más atractivo para el consumidor.

**Ejemplo Clave:** Los **AirPods de Apple**. Lo que se protege no es la tecnología de audio, sino su apariencia distintiva (la forma, el color blanco, el contorno, etc.) que los diferencia de otros auriculares genéricos.

Existen dos tipos principales de diseños:

- **Tridimensionales (Modelos):** Como la forma de los AirPods.
- **Bidimensionales (Dibujos):** Como el estampado de una prenda de vestir.

## 1. Requisitos Clave: Novedad Y Carácter Singular

Para que un diseño sea registrable, no se exige un alto nivel de originalidad artística. En su lugar, debe cumplir con dos requisitos fundamentales:

### Novedad

Se considera que un diseño es nuevo cuando ningún otro diseño idéntico ha sido hecho accesible al público antes de la fecha de solicitud del registro.

### Carácter Singular

Un diseño posee carácter singular cuando la " impresión general" que produce en un usuario informado es diferente de la impresión general que produce cualquier otro diseño anterior.

En el caso de los AirPods en 2016, su apariencia generaba una impresión completamente distinta a la de los auriculares convencionales de la época.

## 1.1 Derechos Y Duración De La Protección

El registro de un diseño industrial confiere a su titular un **derecho exclusivo** (un monopolio) sobre su utilización.

**Duración:** La protección se otorga por un período inicial de **5 años**, que puede ser renovado por períodos sucesivos de 5 años hasta alcanzar un **máximo de 25 años**.

**Alcance del Derecho:** El titular puede prohibir a terceros, sin su consentimiento, la fabricación, oferta, comercialización, importación o exportación de productos que incorporen el diseño.

**Protección Amplia:** La protección no solo cubre diseños idénticos, sino también aquellos **diseños similares** que produzcan en el usuario informado la misma " impresión general". Si Samsung lanzara unos auriculares muy parecidos a los AirPods, Apple podría ejercer acciones legales.

## 2. ¿Cómo Se Registra Y Protege Un Diseño?

La protección de un diseño industrial se puede obtener a través de diferentes vías:

🇪🇸	€	🌐
<b>Nivel Nacional (España)</b> A través de la <b>Ley 20/2003 de Protección Jurídica del Diseño Industrial.</b>	<b>Nivel Europeo (UE)</b> Mediante una única solicitud ante la <b>EUIPO</b> (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea). Esto concede protección en todo el territorio de la UE.	<b>Nivel Internacional</b> A través del <b>Sistema de La Haya</b> , gestionado por la OOMPI en Ginebra. A diferencia del sistema de patentes, el registro internacional de un diseño puede tener efectos directos en todos los países miembros del convenio.

## 2.1 Prohibiciones De Registro Y Causas De Extinción

**Prohibiciones de Registro:** No todos los diseños pueden ser registrados. La ley establece varias prohibiciones, entre ellas:

- **Falta de novedad o carácter singular** (por ejemplo, si una empresa competidora como Bose ya lo hubiera registrado).
- Ser **contrario al orden público** o a las buenas costumbres (por ejemplo, un diseño que incluya una esvástica).
- Suponer un **uso indebido de símbolos públicos** (como la bandera de España) sin la debida autorización.
- Incompatibilidad con un diseño anterior o la incorporación de una marca protegida sin consentimiento del titular.

## 3. Extinción Del Diseño Y Licencias

**Extinción del Diseño:** Un diseño industrial puede extinguirse por las mismas causas que una patente:

### Nulidad

Se puede solicitar cuando el diseño fue registrado sin cumplir los requisitos (por ejemplo, por falta de novedad). La acción de nulidad se ejerce ante los tribunales (o la EUIPO para diseños comunitarios). Sus efectos son **retroactivos** (*ex tunc*), lo que significa que se considera que el diseño nunca existió legalmente.

### Caducidad

Ocurre por causas como la **falta de renovación** al cumplirse los plazos de 5 años o por la **renuncia** del titular. A diferencia de la nulidad, sus efectos no son retroactivos.

## 3.1 Licencias

Al igual que con las patentes, el titular de un diseño industrial puede **conceder licencias** a terceros para que exploten el diseño a cambio de una contraprestación económica (canon). Estas licencias pueden ser exclusivas o no exclusivas, y limitadas a un territorio específico.

# Tema 8: Signos Distintivos I

Un **signo distintivo** es una herramienta que utilizan las empresas para diferenciarse de sus competidores en el mercado. Al verlos, los consumidores pueden identificar rápidamente el origen de un producto o servicio.

- **Ejemplos claros:** El logo de Nike (el "tic" o swoosh), la manzana de Apple o el emblema de Tesla.

Los signos distintivos otorgan a su titular un **derecho de uso exclusivo** oponible frente a terceros, similar a las patentes. Sin embargo, su protección está generalmente limitada por el **principio de especialidad**, lo que significa que la exclusividad solo se aplica dentro del sector comercial específico de la empresa.

Los principales tipos de signos distintivos son:

- Marcas
- Nombres comerciales
- Rótulos de establecimiento
- Denominaciones de origen



# 1. La Marca: Definición Y Tipos

Una **marca** es una representación gráfica que sirve para identificar y distinguir los productos o servicios de una empresa. Es un elemento fundamental para la estrategia comercial y el posicionamiento en el mercado.

Existen diversas clasificaciones de marcas:

## Marcas Industriales vs. Marcas Comerciales

- Las **marcas industriales** son las del fabricante del producto.
- Las **marcas comerciales** son las del distribuidor o vendedor.
- *Ejemplo:* En un paquete de pasta de Mercadona, puede aparecer la marca del productor y la marca del propio supermercado (distribuidor).

## Marcas Individuales vs. Marcas Colectivas

- Las **marcas individuales** pertenecen a una sola empresa (ej. "Viña Oliva").
- Las **marcas colectivas** son utilizadas por un grupo de empresas que se asocian para comercializar sus productos bajo una identidad común (ej. varias bodegas que se unen bajo la marca "Bodegas Rioja").

## Marcas Nacionales vs. Marcas Internacionales

Las **marcas internacionales** son aquellas registradas en oficinas supranacionales como la **EUIPO** (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea) o la **OMPI** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). Tienen validez en todos los países miembros del acuerdo.

## Marcas Notorias Y De Alto Renombre

Son marcas conocidas por una gran parte del público debido a su éxito y volumen de ventas (ej. Nike, Apple, Tesla).

**Importante:** A estas marcas **no se les aplica el principio de especialidad**. Su protección es transversal, lo que prohíbe que otras empresas, incluso de sectores diferentes, utilicen signos similares que puedan asociarse a ellas.

## 2. Registro De Una Marca

### 2.1 ¿Qué Puede Constituir Una Marca?

Según el **artículo 4 de la Ley de Marcas**, una marca puede estar compuesta por una amplia variedad de elementos, siempre que puedan representarse gráficamente. Algunos ejemplos son:

- Palabras o combinaciones de palabras.
- Imágenes, figuras y símbolos.
- Letras y cifras.
- Formas tridimensionales (como el envase de un producto).
- Signos sonoros.

### 2.2 Prohibiciones De Registro

La Ley de Marcas establece dos tipos de prohibiciones que impiden el registro de un signo como marca:

#### 1. Prohibiciones Absolutas (Art. 5 de la Ley de Marcas)

Son signos que **nunca** pueden ser registrados.

- Los que no pueden representarse gráficamente (ej. un olor).
- Los que carecen de carácter distintivo por ser genéricos o descriptivos (ej. usar el nombre de un territorio para describir el origen).
- Los que son contrarios a la ley, al orden público o a las buenas costumbres (ej. una marca que incite al odio).
- Los que puedan inducir al público a error sobre la procedencia o calidad del producto.

#### 2. Prohibiciones Relativas (Arts. 6-10 de la Ley de Marcas)

Son signos que no pueden registrarse porque entran en conflicto con derechos de terceros.

- **Identidad o similitud con una marca anterior:** No se puede registrar una marca idéntica o similar a otra ya existente para productos o servicios idénticos o similares, si existe riesgo de confusión.

*Ejemplo:* Si ya existe un equipo llamado "Los Escuadra", no se podría registrar "Los Eskadra" para otro equipo de fútbol, por su similitud fonética.

- **Uso del nombre de una persona sin consentimiento:** No se puede registrar como marca el nombre de otra persona sin su autorización.

*Ejemplo:* Elena no podría llamar a su empresa "Tomates Lucía Hernández" sin el permiso de Lucía.

## 2.3 Procedimiento De Registro

El órgano principal para registrar una marca en España es la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). El proceso es el siguiente:

01

---

### Solicitud

Se presenta la solicitud ante la OEPM o un organismo autonómico competente.

02

---

### Examen Inicial

Se realiza un examen para detectar posibles **prohibiciones absolutas**.

03

---

### Publicación

Si no hay problemas, la solicitud se publica en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BOPI).

04

---

### Examen De Prohibiciones Relativas Y Oposición

La OEPM busca similitudes con marcas de terceros.

**Importante:** La OEPM **no deniega de oficio** una solicitud por similitud con otra marca (prohibición relativa), excepto si se usa el nombre de un tercero sin consentimiento. Lo que hace es notificar a los titulares de las marcas anteriores para que, si lo desean, presenten una **oposición**.

05

---

### Resolución

Si un tercero se opone, se abre un periodo de alegaciones. Finalmente, la OEPM decide si concede o deniega la marca, según los artículos 21 y 22 de la Ley de Marcas.

### 3. Derechos, Límites Y Transmisión De La Marca

El registro de una marca otorga los siguientes derechos:



#### Derecho De Monopolio Exclusivo

El titular tiene el derecho exclusivo de usar la marca en el mercado por un período de **10 años, renovable indefinidamente.**



#### Obligación De Uso

Es obligatorio empezar a usar la marca en un plazo de 5 años desde su concesión.



#### Acciones Legales

El titular puede defenderse contra infracciones mediante:

- **Acciones de cesación:** Para detener el uso no autorizado de la marca.
- **Acciones de indemnización por daños y perjuicios:** Para compensar las pérdidas sufridas y las ganancias dejadas de obtener. Como mínimo, y sin necesidad de prueba, se puede reclamar el **1% de la cifra de negocios** del infractor. Estas acciones se presentan en los Juzgados de lo Mercantil.

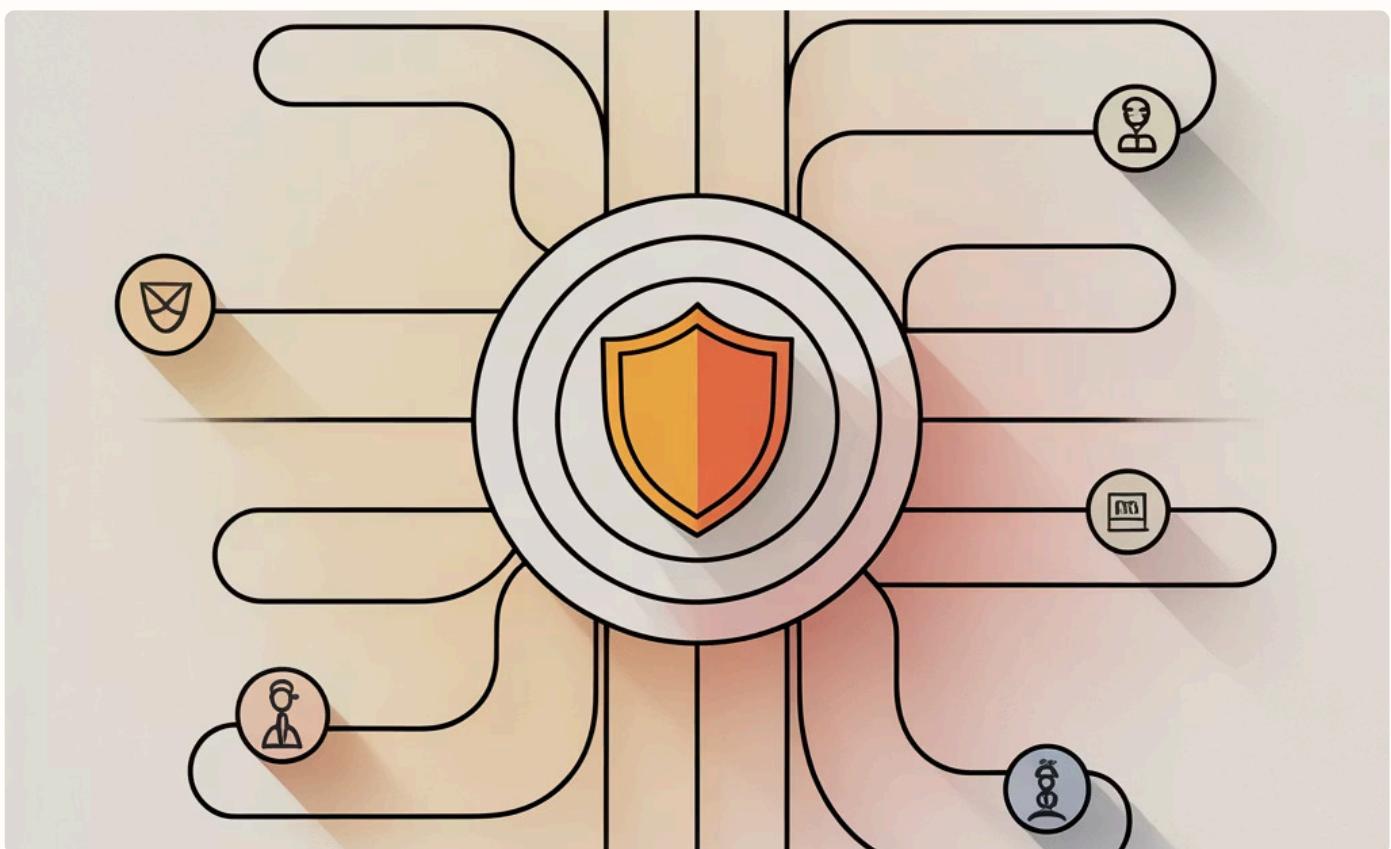
### 3.1 Límites Al Derecho De Marca

El derecho del titular se "agota" una vez que el producto se ha comercializado por primera vez. Esto significa que no se puede impedir la reventa de productos legítimos (ej. vender de segunda mano unas zapatillas Nike que has comprado).

### 3.2 Transmisión Y Licencias

Al igual que las patentes, las marcas son activos que se pueden vender, ceder o licenciar a terceros a cambio de una contraprestación.

Las licencias pueden ser **exclusivas** (el licenciante no puede otorgar más licencias ni usar la marca él mismo) o **no exclusivas** (el licenciante puede seguir otorgando licencias a otros).



# Tema 9: Signos Distintivos II

El derecho exclusivo conferido por el registro de una marca no es perpetuo, sino que está sujeto a causas de extinción que ponen fin a su vigencia. El ordenamiento jurídico articula principalmente dos vías para la extinción del derecho de marca: la nulidad y la caducidad. Si bien ambas conducen a la pérdida del derecho, su fundamento, sus efectos y los presupuestos para su declaración difieren sustancialmente, por lo que conviene proceder a un análisis sistemático de cada una de ellas.

## 1. La Nulidad de la Marca

La acción de nulidad constituye el mecanismo a través del cual se busca privar de efectos a un registro de marca que fue concedido contraviniendo las prohibiciones legales. La declaración de nulidad, que compete a los órganos jurisdiccionales, implica un juicio negativo sobre la validez originaria del registro.

Conviene precisar que **el efecto capital de una declaración de nulidad, ya sea por causas absolutas o relativas, es de carácter ex tunc**. Esto significa que se considera que la marca nunca ha sido válida y que el registro nunca ha desplegado efectos jurídicos, con la consiguiente obligación de retrotraer la situación al estado anterior a su concesión.



La legislación distingue dos categorías de nulidad:

### Nulidad Absoluta

Procede cuando el registro se ha concedido en contravención de una prohibición absoluta. Como se ha estudiado, estas prohibiciones se refieren a vicios intrínsecos del signo que impiden su acceso al registro por razones de interés general, tales como la falta de carácter distintivo, su naturaleza descriptiva o genérica, o su capacidad para inducir a error al público.

A mayor abundamiento, constituye una causa de nulidad absoluta **el registro solicitado con mala fe**, supuesto que sanciona el aprovechamiento indebido del sistema registral. Nótese que, si bien la mala fe es un motivo de nulidad de gran relevancia dogmática, su apreciación en la práctica presenta notables dificultades probatorias.

### Nulidad Relativa

Tiene su fundamento en la vulneración de una prohibición relativa, es decir, en la existencia de un conflicto con derechos prioritarios de terceros. El supuesto paradigmático es el registro de una marca idéntica o similar a una marca anterior para productos o servicios idénticos o similares, generando un riesgo de confusión en el mercado.

Un ejemplo ilustrativo sería el caso de un empresario que descubre que un competidor ha registrado y utiliza una marca muy parecida a la suya con la intención de desviar su clientela.

## 2. Prescripción y Convalidación

A diferencia de la nulidad absoluta, **la acción de nulidad relativa no puede ser ejercitada de oficio**, sino que está legitimado para instarla el titular del derecho anterior infringido. La acción está sometida a un plazo de prescripción de cinco años a contar desde la fecha de publicación del registro de la marca posterior. Con todo, esta prescripción se encuentra condicionada a que el titular de la marca posterior, cuya nulidad se pretende, haya hecho un uso efectivo de la misma.

Si transcurre dicho plazo sin que el titular del derecho prioritario haya ejercitado la acción, esta prescribe, dando lugar a un **fenómeno de convalidación por tolerancia**, de modo que ambas marcas convivirán en el mercado.

## 2.1 La Caducidad de la Marca

A diferencia de la nulidad, la caducidad no cuestiona la validez inicial del registro. Se trata de una causa de extinción que opera por la concurrencia de circunstancias sobrevenidas, establecidas en la ley, que determinan la cancelación del derecho de marca. **Su efecto es ex nunc**, lo que significa que la marca se considera plenamente válida y eficaz hasta el momento en que se declara su caducidad.

Las principales causas de caducidad son las siguientes:

---

01

### Falta de Renovación

El derecho de marca se concede por un periodo de tiempo limitado, tradicionalmente diez años, que debe ser renovado sucesivamente. La falta de renovación en los plazos legalmente establecidos produce la caducidad automática del derecho.

---

02

### Falta de Uso Real y Efectivo

La marca debe cumplir su función esencial de distinguir productos o servicios en el tráfico económico. Por ello, la ley sanciona su inactividad. Si una marca no es objeto de un uso real y efectivo durante un período ininterrumpido de cinco años, puede declararse su caducidad.

A este respecto, **el art. 39 de la Ley de Marcas reviste especial importancia**, ya que habilita a cualquier tercero con un interés legítimo a interponer una demanda de caducidad por falta de uso. Para el examen, resulta fundamental destacar que en este procedimiento se produce una inversión de la carga de la prueba: no es el demandante quien debe probar la falta de uso, sino que corresponde al titular de la marca demandada acreditar que ha hecho un uso real y efectivo de la misma durante el período relevante.

### 3. Comparativa Nulidad vs. Caducidad

Concepto	Nulidad de Marca	Caducidad de Marca
<b>Fundamento</b>	Vicio originario en el registro (contravención de prohibiciones absolutas o relativas).	Circunstancia sobrevenida tras el registro (falta de renovación, falta de uso, etc.).
<b>Efecto Temporal</b>	<b>Ex tunc</b> (la marca nunca fue válida).	<b>Ex nunc</b> (la marca fue válida hasta la fecha de caducidad).
<b>Causas Principales</b>	Mala fe; falta de distintividad; conflicto con derechos anteriores.	No renovación del registro; no uso de la marca durante 5 años.
<b>Iniciativa</b>	De oficio o a instancia de parte (absoluta); solo a instancia de parte (relativa).	Principalmente a instancia de parte interesada.

## 4. La Marca de la Unión Europea

El sistema de marcas de la Unión Europea ofrece la posibilidad de obtener, mediante un único procedimiento de registro, un derecho de marca unitario con efectos en todo el territorio de la Unión. Este régimen se encuentra regulado en el **Reglamento (UE) 2017/1001** (que codifica y deroga el anterior Reglamento 207/2009, conocido como RMU), y se fundamenta en dos principios estructurales: el principio de autonomía y el principio de inconsistencia.

### 4.1 Régimen Jurídico y Principios Rectores

#### Principio de Autonomía

La Marca de la Unión Europea (MUE) se rige, en cuanto a su constitución, validez y efectos, por la normativa europea. Las controversias relativas a su validez son resueltas por tribunales especializados designados por los Estados miembros (Tribunales de Marca de la Unión Europea), aplicando directamente el Reglamento.

Con todo, el propio Reglamento establece excepciones a este principio, remitiendo a la normativa interna de los Estados miembros la regulación de ciertas materias, entre las que destacan las acciones por violación del derecho de marca y lo relativo a la consideración de la marca como objeto de propiedad.

#### Principio de Inconsistencia

Este principio salvaguarda los derechos de marca nacionales preexistentes. Supone que una solicitud de MUE no puede prosperar si entra en conflicto con una marca nacional anterior en cualquiera de los Estados miembros.

Si un empresario solicita una MUE que es idéntica o similar a una marca ya registrada en, por ejemplo, Portugal, el titular de la marca portuguesa podrá formular oposición al registro europeo, impidiendo que la MUE sea concedida y protegiendo así la integridad de su derecho prioritario.

# 5. Adquisición y Extinción del Derecho

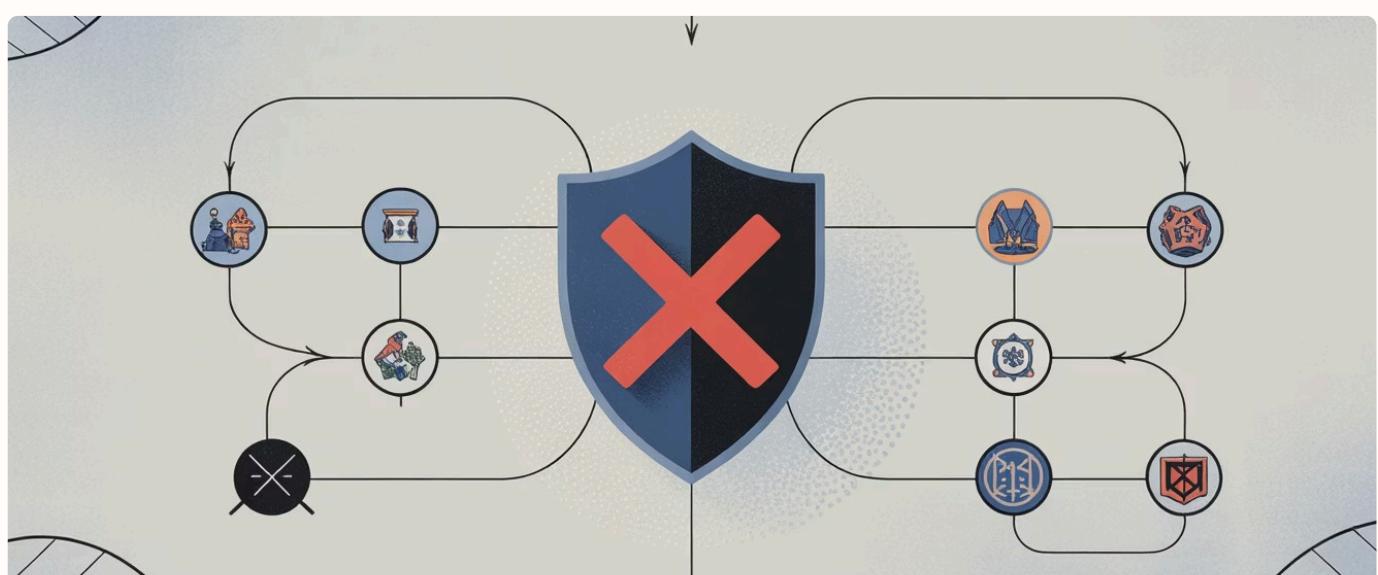
## 5.1 Motivos de Denegación

Los motivos para denegar el registro de una MUE son, en esencia, los mismos que en el ámbito nacional. Se distinguen:

- **Motivos absolutos:** Referidos a vicios intrínsecos del signo que le impiden ser una marca (p. ej., falta de carácter distintivo).
- **Motivos relativos:** Basados en la existencia de derechos anteriores de terceros (p. ej., una marca anterior idéntica o similar), que deben ser invocados por sus titulares a través del procedimiento de oposición.

## 5.2 Procedimiento de Registro

La solicitud de registro debe presentarse ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), con sede en Alicante. Es este órgano el único competente para tramitar y conceder la MUE. La EUIPO examina de oficio la concurrencia de motivos de denegación absolutos y gestiona el procedimiento de oposición, en el que los terceros pueden hacer valer sus derechos anteriores. Las oficinas nacionales de los Estados miembros no participan en la concesión del derecho.



## 5.3 Duración y Extinción

A diferencia de la marca nacional, la MUE se concede por un período de diez años renovables indefinidamente. Las causas de extinción son análogas al sistema español:

1

2

### Caducidad

Se produce por falta de renovación al término del período de diez años, o por falta de uso real y efectivo en la Unión durante un período ininterrumpido de cinco años.

### Nulidad

Se puede declarar la nulidad absoluta (por contravenir prohibiciones absolutas o por mala fe) o relativa (por vulnerar derechos anteriores). El Reglamento concede una amplia legitimación activa para solicitar la nulidad, permitiendo que, en función de la causa, prácticamente cualquier ciudadano o entidad de la Unión pueda instarla.

## 6. Otros Signos Distintivos

Junto a la marca, el ordenamiento jurídico reconoce otros signos que cumplen funciones de identificación en el tráfico mercantil, si bien con un objeto y alcance distintos. Entre ellos, destacan el nombre comercial y las denominaciones de origen.

## 6.1 El Nombre Comercial

El nombre comercial es el signo que sirve para identificar a una empresa en el tráfico mercantil y distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. Su función no es identificar productos o servicios (función de la marca), sino al propio empresario o sujeto que los ofrece. Piénsese, por ejemplo, en la entidad "The Coca-Cola Company", que es el nombre comercial bajo el cual opera la empresa, la cual, a su vez, comercializa productos bajo diversas marcas como "Coca-Cola" o "Fanta".

El régimen jurídico del nombre comercial se encuentra regulado en la Ley de Marcas. Es fundamental distinguirlo de la denominación social, que es el nombre civil de la sociedad inscrito en el Registro Mercantil. Ambas identificaciones pueden coincidir, pero no es necesario.

Para su registro, son aplicables las mismas prohibiciones relativas que para las marcas, basadas en el principio de especialidad y la excepción para los signos de alto renombre. Nótese que las consecuencias de la declaración de nulidad de un nombre comercial pueden ser notablemente más graves que las de una marca, ya que si la nulidad afecta a la denominación social y no se procede a su modificación, podría acarrear la nulidad de la propia sociedad.

## 6.2 Las Denominaciones de Origen

Existen signos que, a primera vista, podrían parecer incursos en una prohibición absoluta de registro por ser descriptivos o geográficos, como sería el caso de un vino etiquetado como "Ribera del Duero". Sin embargo, en estos supuestos no estamos ante una marca convencional, sino ante una Denominación de Origen Protegida (DOP).

Estos regímenes de calidad, regulados a nivel europeo por el Reglamento (UE) 1151/2012, protegen nombres que identifican un producto originario de un lugar determinado, cuya calidad o características se deben fundamental y exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos inherentes. Para que un producto pueda acogerse a una DOP, es necesario que concurra un triple requisito:



---

01

## Origen

El producto debe ser originario de un lugar, región o, excepcionalmente, un país determinado.

---

02

## Vínculo

Su calidad o características deben estar esencialmente vinculadas a dicho origen geográfico.

---

03

## Producción

Todas las fases de su producción deben tener lugar en la zona geográfica definida.

A través de este sistema, se protegen tanto los intereses de los productores de la zona, que ven amparada la reputación de sus productos, como los de los consumidores, a quienes se les garantiza un determinado nivel de calidad y una procedencia específica.

# Tema 10: Propiedad Intelectual

El estudio de la propiedad intelectual exige, como punto de partida, una delimitación precisa de su concepto y alcance. Conforme a lo dispuesto en los arts. 1 y 2 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (TRLPI), la propiedad intelectual se define como el conjunto de derechos de carácter personal y patrimonial que la ley atribuye al autor sobre su obra literaria, artística o científica. Dicho conjunto de facultades confiere al creador la plena disposición sobre su obra y el derecho exclusivo a su explotación, sin más limitaciones que las expresamente establecidas en la ley.

## 1. Definición Legal De La Propiedad Intelectual

Nótese que esta protección abarca un espectro sumamente amplio de creaciones del intelecto. A título de ejemplo, si un autor crea una novela, ostenta el derecho exclusivo a decidir sobre su publicación, su posible traducción a otras lenguas, o su adaptación a formatos diversos, como el cinematográfico o el teatral. En consecuencia, cualquier tercero que desee realizar alguno de estos actos de explotación deberá, ineludiblemente, obtener el consentimiento previo del autor.

A mayor abundamiento, el Código Civil refuerza esta concepción en sus arts. 428 y 429. El primero de ellos reitera que el autor de una obra literaria, científica o artística ostenta el derecho de explotarla y disponer de ella a su voluntad. El segundo establece una cláusula de remisión y supletoriedad, al disponer que la Ley de Propiedad Intelectual determinará los derechos que correspondan al autor, y para los supuestos no previstos en dicha ley especial, resultarán de aplicación las reglas generales sobre la propiedad contenidas en el propio Código Civil.

## 1.1 Los Derechos Conexos O Afines

Conviene precisar que el TRLPI no limita su ámbito de protección a la figura del autor. El legislador ha previsto también la tutela de otros sujetos que, sin ser creadores de la obra original, contribuyen de manera decisiva a su difusión y comunicación pública. Se trata de los denominados **derechos conexos, afines o vecinos a los derechos de autor.**

### Artistas, Intérpretes O Ejecutantes

Protección sobre sus actuaciones (por ejemplo, el músico que interpreta una partitura ajena tiene derechos sobre su interpretación específica)

### Productores De Fonogramas

Derechos sobre sus producciones (el productor que financia una película ostenta derechos sobre el resultado final)

### Entidades De Radiodifusión

Protección sobre sus emisiones y transmisiones

Estas facultades permiten a dichos sujetos controlar y obtener una remuneración por su contribución a la explotación de las obras.

## 2. Teorías Sobre Su Fundamento

La justificación del reconocimiento de la propiedad intelectual ha sido objeto de un profundo debate doctrinal, del que han emanado tres corrientes teóricas principales:



### Teoría Positiva

**Concibe la propiedad intelectual como un derecho individual de naturaleza análoga al derecho de propiedad sobre bienes corporales.** Desde esta perspectiva, la creación es una emanación de la personalidad del autor y, por tanto, le pertenece de forma natural, otorgándole un señorío absoluto sobre la misma.



### Teoría Negativa

**Sostiene, en contraposición, que las obras del intelecto son, en esencia, creaciones de la comunidad.** El autor, inmerso en un contexto social y cultural, se nutre de influencias, conocimientos y experiencias colectivas. Por ende, la obra es un producto social que, en última instancia, debería pertenecer a la sociedad en su conjunto.



### Teoría Ecléctica

**Busca una posición intermedia.** Reconoce la legitimidad de los derechos del autor sobre su creación, pero subraya al mismo tiempo la indudable influencia del acervo cultural común en la misma. En consecuencia, propugna que los derechos de explotación no deben ser perpetuos, sino **temporales y limitados**, de modo que, transcurrido un plazo razonable, la obra pase al dominio público para el libre beneficio de toda la sociedad.

<b>Teoría</b>	<b>Naturaleza del Derecho</b>	<b>Titularidad Primaria</b>	<b>Justificación de la Protección</b>
<b>Positiva</b>	Derecho individual absoluto, similar a la propiedad	El autor, como propietario natural de su creación	La creación es una extensión de la persona del autor
<b>Negativa</b>	Creación de la comunidad, no un derecho individual	La sociedad, como fuente de la inspiración y el conocimiento	La obra es un producto del acervo cultural colectivo
<b>Ecléctica</b>	Derecho individual, pero limitado y temporal	El autor, pero con una función social subyacente	Incentivar la creación, garantizando un eventual retorno a la sociedad

### 3. El Nacimiento Del Derecho: La Creación Como Hecho Constitutivo

A diferencia de lo que ocurre en el ámbito de la propiedad industrial (marcas, patentes, diseños industriales), donde el derecho nace a partir de un acto formal de registro con carácter constitutivo, el derecho de propiedad intelectual sigue un principio radicalmente distinto. El art. 1 del TRLPI establece de forma taxativa que **la propiedad intelectual sobre una obra corresponde al autor por el solo hecho de su creación.**

Esto significa que el derecho nace de manera automática en el mismo instante en que la obra adquiere una forma perceptible, sin necesidad de cumplir con ninguna formalidad. Piénsese en un escritor que finaliza una novela; en el preciso momento en que escribe la última palabra, se convierte en titular de los derechos de propiedad intelectual sobre la misma, sin que sea preciso registrarla o comunicarla a ninguna entidad.

- **Para el examen, es crucial retener esta distinción fundamental:** el registro en el Registro de la Propiedad Intelectual es meramente voluntario y sus efectos son declarativos y probatorios (*ad probationem*), sirviendo como una prueba cualificada de la existencia del derecho y de su titularidad, pero en ningún caso es un requisito para su nacimiento (no es constitutivo o *ad solemnitatem*).

## 4. El Sujeto Del Derecho: El Autor Y La Titularidad

El sujeto originario de la propiedad intelectual es siempre la persona física que crea la obra, es decir, el **autor**. No obstante, la titularidad puede presentar diversas modalidades en función del número y la forma de intervención de los creadores:

### Obra En Colaboración

Es el resultado unitario de la colaboración de varias personas físicas. Un ejemplo paradigmático es una obra audiovisual (película), en la que la autoría se atribuye conjuntamente al director-realizador, a los autores del argumento y la adaptación, y a los del guion o los diálogos. Todos ellos son considerados coautores.

### Obra Colectiva

Es una obra creada por la iniciativa y bajo la coordinación de una persona, natural o jurídica, que la edita y divulga bajo su nombre. Está constituida por la reunión de aportaciones de diferentes autores cuya contribución personal se funde en una creación única y autónoma. El ejemplo clásico es un periódico o una enciclopedia, donde múltiples autores contribuyen con sus artículos, pero la obra en su conjunto es editada y divulgada bajo la dirección de una única entidad editorial.

## 5. El Objeto De Protección

El objeto de la propiedad intelectual se encuentra definido en el art. 10 del TRLPI, que declara protegidas «todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro».

De esta definición se desprenden dos requisitos esenciales para que una creación sea objeto de protección:

### Originalidad

La obra debe ser una creación propia de su autor que refleje su impronta personal.

### Expresión

Las meras ideas no se protegen. Es necesario que la idea creativa se exteriorice y adquiera una forma perceptible por los sentidos.

El elenco de obras protegidas es sumamente amplio e incluye, entre otras, los libros, las composiciones musicales, las obras teatrales, las esculturas, las pinturas, las obras cinematográficas, las fotografías, los programas de ordenador (software) y los diseños de moda.

Con todo, el propio legislador establece una serie de exclusiones. **No son objeto de propiedad intelectual las disposiciones legales o reglamentarias, las resoluciones de los órganos jurisdiccionales y los actos, acuerdos, deliberaciones y dictámenes de los organismos públicos, así como las traducciones oficiales de todos estos textos.** El fundamento de esta exclusión radica en el interés público que exige el libre acceso y conocimiento de dichos documentos por parte de los ciudadanos.

# Tema 11: Derechos De Autor I

El régimen de la propiedad intelectual pivota sobre dos elementos conceptuales indisociables: el sujeto creador y el objeto de su creación. La correcta delimitación de ambas figuras resulta indispensable para comprender el alcance y los límites de la protección que dispensa el ordenamiento jurídico.

## 1. El Sujeto Del Derecho: La Figura Del Autor

### 1.1. La Condición De Autor Y Su Atribución Legal

El Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (TRLPI) es taxativo al definir la figura central de su sistema de protección. Conforme al art. 5 del TRLPI, se considera autor, a los efectos de esta ley, a la persona natural que crea alguna obra literaria, artística o científica. Es en esta figura, y en su ingenio y creatividad para producir una obra original, donde reside la titularidad originaria de los derechos de autor.

### 1.2. Supuestos Específicos De Titularidad: Obras Derivadas Y Anónimas

El ordenamiento contempla situaciones en las que la titularidad presenta ciertas particularidades. Destacan las **obras derivadas**, que son aquellas que resultan de la transformación de una obra preexistente, como una traducción, una adaptación o una revisión. A título de ejemplo, la adaptación de una novela a un guion cinematográfico constituye una obra derivada. En tal caso, el art. 21 del TRLPI establece que los derechos sobre la obra resultante corresponden al autor de esta última, si bien ello se entiende sin perjuicio de los derechos del autor de la obra preexistente, quien deberá autorizar la transformación.

Otro supuesto de interés es el de las **obras divulgadas de forma anónima o bajo seudónimo**. El art. 6 del TRLPI dispone que, en tales circunstancias, el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual corresponderá a la persona natural o jurídica que saque a la luz la obra con el consentimiento del autor, mientras este no revele su identidad.

## 2. El Objeto De Protección: La Obra

### 2.1. Creaciones Originales Protegidas

El objeto de la propiedad intelectual, es decir, la obra, se define en el art. 10 del TRLPI como «**todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro**». De esta definición se infiere que el presupuesto ineludible para la protección es la originalidad en sentido subjetivo, como reflejo de la personalidad del autor.

### 2.2. Materias Excluidas Del Ámbito De Protección

No obstante la amplitud de la definición, el legislador ha excluido expresamente ciertas materias del ámbito de protección de la propiedad intelectual por razones de interés público. De conformidad con el art. 13 del TRLPI, no son objeto de propiedad intelectual:

#### Disposiciones Legales

Las disposiciones legales o reglamentarias y sus correspondientes proyectos

#### Resoluciones Judiciales

Las resoluciones de los órganos jurisdiccionales

#### Actos Públicos

Los actos, acuerdos, deliberaciones y dictámenes de los organismos públicos

#### Traducciones Oficiales

Las traducciones oficiales de todos estos textos

La finalidad de esta exclusión es garantizar el libre acceso de los ciudadanos a los instrumentos que rigen la vida en comunidad.

# 3. Adquisición Y Duración De Los Derechos

## 3.1 El Nacimiento Del Derecho: La Creación Como Hecho Generador

A diferencia de otros regímenes de propiedad industrial, el derecho de autor nace de manera automática. El art. 1 del TRLPI consagra el principio según el cual la titularidad de los derechos se adquiere por el solo hecho de la creación de la obra. Ello implica que no se requiere el cumplimiento de ninguna formalidad, como el registro o el depósito, para que el autor goce de la protección legal. La creación, por sí misma, es el hecho constitutivo del derecho.

## 4. El Plazo De Protección De Los Derechos De Autor

Los derechos de autor se desdoblan en un haz de facultades de naturaleza moral y patrimonial, cuyo plazo de protección varía.

### 4.1. Regla General Para Los Derechos De Explotación

Los **derechos de explotación**, de carácter patrimonial, son aquellos que permiten a su titular obtener un rendimiento económico de la obra. Según el art. 26 del TRLPI, como regla general, estos derechos duran toda la vida del autor y setenta años después de su muerte o declaración de fallecimiento. Estos derechos son transmisibles mortis causa e inter vivos.

### 4.2. La Tutela De Los Derechos Morales Post Mortem Auctoris

Los **derechos morales**, como el de decidir sobre la divulgación de la obra, son irrenunciables e inalienables y pertenecen al autor durante toda su vida. Tras su fallecimiento, el ejercicio de algunos de estos derechos, como el de exigir el respeto a la integridad de la obra, pasa a sus herederos o a las personas designadas por el autor. El art. 15 del TRLPI establece que este ejercicio post mortem podrá llevarse a cabo sin límite de tiempo para ciertas facultades (paternidad e integridad) y durante un plazo de setenta años para otras (divulgación).



## 5. La Autoría Ante Los Nuevos Desafíos Tecnológicos: La Inteligencia Artificial

### 5.1 La Cuestión De La Titularidad En Obras Generadas Por IA

La irrupción de la **Inteligencia Artificial (IA) generativa** plantea un desafío fundamental a los pilares del Derecho de autor. La cuestión central que se suscita es si una máquina puede ser considerada "autora" y, en consecuencia, si las obras que genera de forma autónoma pueden ser objeto de protección.



## 5.2 Análisis Del Caso Zarya Of The Dawn

Un caso paradigmático que ilustra esta problemática es el del cómic **Zarya of the Dawn**, creado por la artista Kristina Kashtanova utilizando herramientas de IA. Aunque inicialmente se le concedió el registro de los derechos de autor, la **Oficina de Derechos de Autor de los Estados Unidos (USCO)** procedió a su anulación parcial, denegando la protección a las imágenes. El razonamiento de la USCO se basó en dos argumentos principales:

### La Insuficiencia Del Prompt Para Atribuir La Autoría

La USCO consideró que las instrucciones o prompts proporcionados por Kashtanova a la IA no la convertían en autora de las imágenes. Se argumentó que dichos prompts operan como meras sugerencias, sin que el usuario humano ejerza un control suficiente sobre la expresión creativa final generada por el sistema.

### El Rechazo De La Doctrina Del Sweat Of The Brow

A su vez, se desestimó el argumento conocido como **sweat of the brow** ("el sudor de la frente"), según el cual el mero esfuerzo, tiempo o gasto invertido en la creación debería bastar para otorgar derechos. La USCO reiteró que la autoría no se deriva del esfuerzo, sino de una aportación creativa humana y original.

## 5.3 El Principio De Originalidad En El Derecho De La Unión Europea

La posición en la Unión Europea es similar. El Parlamento Europeo ha subrayado la necesidad de diferenciar entre **creaciones humanas asistidas por IA** (donde la IA es una mera herramienta) y **creaciones generadas por IA de forma autónoma**. Se concluye que estas últimas no deben ser susceptibles de protección por derechos de autor, a fin de respetar el principio de originalidad, que se encuentra intrínsecamente vinculado a una persona física.

Criterio	Creación Humana (Asistida por Herramientas)	Creación Generada por IA (Autónoma)
Sujeto Creador	Persona natural	Agente artificial (software)
Grado de Control	El autor ejerce un control directo y determinante sobre el resultado final	El usuario humano proporciona instrucciones (prompts), pero el resultado es imprevisible y generado por la IA
Fundamento	Originalidad como reflejo de la personalidad del autor	Esfuerzo, inversión o dirección de la máquina
Consecuencia	Obra protegible por derechos de autor	Obra no protegible bajo la legislación vigente

## 4. Implicaciones Y Régimen Jurídico Vigente

El caso **Zarya of the Dawn** evidencia la tensión entre la tecnología emergente y un marco legal concebido para la creación humana. La normativa actual de propiedad intelectual, tanto en España como en el ámbito comparado, establece que **solo existen derechos de autor cuando una obra original ha sido creada por una persona física**. La ley no protege las ideas en sí mismas, sino su forma de expresión original. Por ello, sin autor humano, no hay derecho de autor que pueda hacerse valer.

Conviene precisar que el uso de herramientas tecnológicas no anula los derechos de autor, pero una IA generativa no se considera una mera herramienta, sino un agente que produce resultados de forma autónoma e imprevisible. Bajo la legislación actual, no es posible registrar como autores conjuntos a un ser humano y a una IA, y mucho menos a una IA en solitario. Estos desafíos empujan al legislador a repensar las normas para adaptarlas a un mundo en constante cambio tecnológico.

# Tema 12: Derechos de Autor II

## 1. Concepto y Naturaleza Jurídica

El ordenamiento jurídico reconoce al autor un conjunto de facultades extrapatrimoniales que configuran el denominado **derecho moral**. Estos derechos son de carácter **irrenunciable e inalienable**, lo que significa que no pueden ser objeto de renuncia ni de transmisión a terceros. Su fundamento reside en la especial conexión que une al creador con su obra, la cual es considerada una emanación de su personalidad. El derecho moral protege, por tanto, los intereses intelectuales y personales del autor, así como su reputación vinculada a la creación.

El **artículo 14 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (TRLPI)** enumera un catálogo de las facultades que integran el derecho moral. Conviene proceder a su análisis pormenorizado.



## 2. Facultades del Derecho Moral

El TRLPI reconoce al autor las siguientes facultades:

### Derecho de Divulgación

El autor ostenta la potestad exclusiva de decidir si su obra ha de ser divulgada y en qué forma. Esta facultad le permite controlar la primera puesta a disposición del público de su creación, determinando el momento y el modo. Por ejemplo, un director de cine puede exigir que su película se estrene exclusivamente en salas de cine antes de su distribución en plataformas de streaming, al considerar que la experiencia cinematográfica es esencial para la correcta apreciación de la obra. De igual modo, un escritor puede limitar la publicación de su novela a un formato físico.

### Derecho de Paternidad

Comprende dos vertientes. En primer lugar, el autor tiene derecho a exigir el reconocimiento de su condición de autor de la obra, asegurando que su nombre conste en los ejemplares y en cualquier acto de explotación. En segundo lugar, le corresponde determinar si la divulgación ha de hacerse bajo su nombre, un seudónimo, un signo o de forma anónima. Un ejemplo notorio es el de la autora J.K. Rowling, quien publicó novelas bajo el seudónimo de Robert Galbraith para diferenciar dicha obra de su producción anterior.

### Derecho a la Integridad

El autor puede exigir el respeto a la integridad de su creación, impidiendo cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella que suponga un perjuicio a sus legítimos intereses o un menoscabo a su reputación. Así, un editor no podría alterar partes sustanciales de un libro sin el consentimiento de su autor, ni una galería de arte podría modificar un elemento esencial de una escultura, si con ello se afecta la concepción original del artista.



### **3. Derechos de Modificación, Retirada y Acceso**

#### **Derecho de Modificación**

El autor tiene la facultad de modificar la obra, incluso después de haber sido divulgada. No obstante, este derecho no es absoluto, pues debe ejercerse respetando los derechos previamente adquiridos por terceros y las exigencias de protección de los bienes de interés cultural. Por ejemplo, si un novelista ha cedido los derechos de adaptación cinematográfica de su obra, no podrá introducir modificaciones sustanciales en la trama que afecten al guion ya desarrollado sin el consentimiento del productor.

#### **Derecho de Retirada o Arrepentimiento**

El autor puede retirar la obra del comercio por un cambio en sus convicciones intelectuales o morales. Este derecho, sin embargo, genera la obligación de indemnizar previamente a los titulares de los derechos de explotación por los daños y perjuicios que la retirada les ocasiona. A mayor abundamiento, si el autor decidiera en el futuro reemprender la explotación de la obra retirada, deberá ofrecerla preferentemente al anterior titular en condiciones similares a las originarias.

#### **Derecho de Acceso al Ejemplar Único o Raro**

Esta facultad permite al autor acceder al ejemplar único o raro de su obra que se encuentre en poder de un tercero (p. ej., un manuscrito en manos de un coleccionista), con el fin de ejercitar sus derechos de divulgación o cualquier otro que le corresponda. Dicho acceso debe realizarse de forma que se respeten los derechos del poseedor y se le occasionen las mínimas incomodidades.

# 4. Los Derechos de Explotación o Patrimoniales

## 4.1 Concepto y Contenido

A diferencia de los derechos morales, los derechos de explotación tienen un carácter eminentemente patrimonial. Son facultades exclusivas que permiten al autor, o a quien este autorice, obtener un rendimiento económico de la obra. Estos derechos son transmisibles inter vivos y mortis causa y, a diferencia de los derechos morales, son temporales. El **artículo 17 del TRLPI** atribuye al autor el ejercicio exclusivo de estos derechos.

Característica	Derechos Morales (art. 14 TRLPI)	Derechos de Explotación (art. 17 TRLPI)
Naturaleza	Personalísima, ligada al autor.	Patrimonial, de contenido económico.
Transmisibilidad	Inalienables e irrenunciables.	Transmisibles inter vivos y mortis causa.
Duración	Perpetuos en su mayoría (paternidad, integridad).	Temporales (vida del autor + 70 años).
Función Principal	Proteger la conexión personal del autor con su obra.	Permitir la explotación económica de la obra.

# 5. El Derecho de Participación o Droit de Suite

## 5.1 Derechos de Explotación Específicos: El Derecho de Participación o Droit de Suite

El ordenamiento prevé un derecho de naturaleza patrimonial específico para los autores de obras de artes plásticas (pinturas, esculturas, etc.), conocido como **derecho de participación o droit de suite**.

Este derecho, de carácter **irrenunciable**, confiere al autor la facultad de percibir un porcentaje del precio de toda reventa de su obra que se realice tras la primera transmisión por él efectuada. Para que nazca este derecho, la reventa debe realizarse con la intervención de un profesional del mercado del arte, como una sala de subastas, una galería de arte o cualquier comerciante.

La participación se calcula como un **porcentaje decreciente** en función del precio de la reventa, oscilando entre el **4% y el 0,25%**. En cualquier caso, el importe total que puede percibir el autor por este concepto en una única reventa no puede exceder de **12.500 euros**.



# 6. Modalidades de los Derechos de Explotación

Los principales derechos de explotación son los de **reproducción, distribución, comunicación pública y transformación**.

01

## **Derecho de Reproducción**

Es el derecho a autorizar la fijación directa o indirecta, provisional o permanente, por cualquier medio y en cualquier forma, de toda la obra o de parte de ella, que permita su comunicación o la obtención de copias. Por ejemplo, una editorial que imprime y vende ejemplares de la novela "El latido del tiempo" sin la autorización de su autora, Elena, estaría infringiendo su derecho exclusivo de reproducción.

02

## **Derecho de Distribución**

Consiste en la puesta a disposición del público del original o de las copias de la obra en un soporte tangible, mediante su venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma. Si un minorista en línea vende el álbum musical "Melodías del corazón" del músico Carlos sin su permiso, está vulnerando su derecho de distribución.

03

## **Derecho de Comunicación Pública**

Se entiende por tal todo acto por el cual una pluralidad de personas puede tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas. Proyectar la película "Olas en el viento" de la cineasta Letizia en un cine local sin su consentimiento constituye un acto de comunicación pública ilícito.

04

## **Derecho de Transformación**

Incluye su traducción, adaptación y cualquier otra modificación en su forma de la que se derive una obra diferente. Conforme al artículo 21 del TRLPI, los derechos sobre la obra resultante corresponden al autor de la transformación, sin perjuicio de los derechos del autor de la obra original. Así, un dramaturgo que adapta el poema "Canto al amanecer" de Javier a una obra teatral sin su autorización, infringe su derecho de transformación.

# Tema 13: Derechos De Autor III

## 1. Concepto y Naturaleza Jurídica

Junto al núcleo central de la propiedad intelectual que protege al autor y su obra, el ordenamiento jurídico reconoce un conjunto de derechos análogos, conocidos como **derechos afines, conexos o vecinos**. Estos derechos no se atribuyen al creador original de la obra, sino a aquellas personas, naturales o jurídicas, que realizan una contribución esencial en su proceso de difusión, interpretación o fijación material. Su fundamento no reside en el acto de creación original, sino en la **inversión técnica, organizativa y económica** necesaria para poner la obra a disposición del público.

A diferencia del derecho de autor, que protege la creación per se, los derechos afines tutelan prestaciones vinculadas a la reproducción y comunicación pública de las obras. El régimen jurídico de estos derechos se encuentra sistematizado en el **Libro II del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (TRLPI)**, concretamente en sus artículos 105 a 137.



## 2. Formas De Adquisición Y Clasificación Legal

### Titularidad Originaria Y Derivativa

Es menester distinguir con claridad las vías de adquisición de la titularidad en el ámbito de la propiedad intelectual. Mientras que la **titularidad derivativa** se obtiene a través de un negocio jurídico traslativo —como un contrato de cesión de derechos, por el cual una entidad como Disney adquiere los derechos de explotación sobre personajes de Marvel—, la **titularidad originaria** nace directamente en la persona del titular por la realización de un hecho previsto en la ley, sin necesidad de un acto de transmisión previo.

Los derechos afines son, por su propia naturaleza, de **adquisición originaria**. Se generan de forma automática en el momento en que se realiza la prestación protegida: la interpretación de un artista, la primera fijación de un fonograma por un productor o la emisión de una señal por una entidad de radiodifusión son, por sí mismos, los hechos que dan origen al derecho.

### Clasificación Y Régimen Legal

El TRLPI articula un catálogo cerrado de titulares de derechos afines, a cada uno de los cuales se les reconoce un haz de facultades y un plazo de protección específico. Las categorías son las siguientes:

- Derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes
- Derechos de los productores de fonogramas
- Derechos de los productores de grabaciones audiovisuales
- Derechos de las entidades de radiodifusión
- Protección de las meras fotografías
- Protección de determinadas producciones editoriales
- El derecho sui generis sobre las bases de datos

### 3. Derechos De Artistas Y Productores

#### Los Derechos De Los Artistas, Intérpretes O Ejecutantes

Conforme al art. 105 del TRLPI, se considera artista, intérprete o ejecutante a la persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta una obra en cualquier forma. Su derecho no recae sobre la obra en sí, sino sobre su **actuación personal**. Piénsese en una cantante, María, que interpreta una canción cuya autoría corresponde a Juan; aunque Juan es el titular de los derechos de autor sobre la composición, María ostenta derechos afines sobre su interpretación específica.

El TRLPI les confiere **derechos exclusivos de explotación**, como el de autorizar la reproducción, comunicación pública y distribución de sus actuaciones. Conviene precisar que, para la fijación de la actuación, se requiere el **consentimiento por escrito del artista** (art. 107 TRLPI). La duración de estos derechos de explotación es de **50 años**, computados desde el 1 de enero del año siguiente al de la interpretación (art. 112 TRLPI).

#### El Derecho Moral Del Intérprete

El legislador reconoce también a los artistas un **derecho moral**, si bien más limitado que el del autor. Según el art. 113 del TRLPI, este derecho es **irrenunciable** y comprende dos facultades esenciales:

- El derecho a exigir el **reconocimiento de su nombre** sobre sus interpretaciones o ejecuciones
- El derecho a oponerse a toda **deformación, mutilación o cualquier otro atentado** sobre su actuación que lesione su prestigio o reputación

Nótese que este derecho moral persiste incluso después de la cesión de los derechos de explotación, garantizando la **conexión personal del artista** con su prestación.

Criterio	Derechos de Autor	Derechos Afines o Conexos
<b>Sujeto Titular</b>	Persona natural que crea (Autor)	Intérpretes, productores, entidades de radiodifusión, etc.
<b>Objeto Protegido</b>	La obra (creación original)	La prestación (interpretación, fijación, emisión)
<b>Fundamento</b>	Acto de creación intelectual	Inversión económica, técnica u organizativa
<b>Contenido Principal</b>	Pleno derecho moral y derechos de explotación	Derechos de explotación y un derecho moral limitado
<b>Duración General</b>	Toda la vida del autor y 70 años post mortem	Plazos específicos (50, 70, 25 o 15 años)

## 4. Otros Derechos Conexos

01

### Los Derechos De Las Entidades De Radiodifusión

Las entidades de radiodifusión gozan de **derechos exclusivos** sobre sus emisiones o transmisiones. Conforme al art. 126 del TRLPI, estas entidades pueden autorizar o prohibir la retransmisión, la fijación y la reproducción de sus emisiones. Si una emisora, "Radio Vibes", transmite la canción de María, ostenta derechos sobre esa transmisión específica. El plazo de protección es de **50 años** contados desde el 1 de enero del año siguiente al de la realización de la emisión.

02

### La Protección De Las Meras Fotografías

El art. 128 del TRLPI otorga protección a las **meras fotografías**, entendidas como aquellas imágenes fotográficas que no reúnen los requisitos de originalidad para ser consideradas obras artísticas. A pesar de su menor altura creativa, quien realiza una mera fotografía (por ejemplo, la fotógrafa Ana, que toma una imagen de la actuación de María) goza del derecho exclusivo de autorizar su reproducción, distribución y comunicación pública por un plazo de **25 años** desde la fecha de realización de la fotografía.

03

### La Protección De Determinadas Producciones Editoriales

El art. 129 del TRLPI confiere a los editores de obras que se encuentren en dominio público, o de obras no protegidas, derechos exclusivos sobre la particular composición tipográfica y presentación de dichas ediciones. Si una editorial, "Print Magic", publica una edición de una partitura de una canción de dominio público, tendrá derechos sobre la maquetación y el diseño específico de esa edición. La duración de estos derechos es de **25 años** desde la publicación.

<b>Titular del Derecho Afín</b>	<b>Objeto Protegido</b>	<b>Plazo General de Protección</b>
Artista, intérprete o ejecutante (art. 105)	Interpretación o ejecución	50 años desde la interpretación
Productor de fonogramas (art. 114)	Primera fijación sonora (fonograma)	50 años (o 70 años si se publica)
Productor de grabaciones audiovisuales (art. 120)	Primera fijación de imágenes	50 años (o 70 años si se publica)
Entidad de radiodifusión (art. 126)	Emisión o transmisión	50 años desde la emisión
Autor de mera fotografía (art. 128)	Fotografía no original	25 años desde la realización
Editor de obras no protegidas (art. 129)	Presentación tipográfica de la edición	25 años desde la publicación
Fabricante de base de datos (art. 133)	Inversión sustancial en la base de datos	15 años (renovables)

# 5. El Derecho Sui Generis Sobre Las Bases De Datos

## 5.1 Concepto Y Fundamento

Un **derecho sui generis** es un derecho de naturaleza específica, creado para proteger una categoría particular de prestaciones que no encajan plenamente en las figuras tradicionales. El TRLPI, en su art. 133, establece un derecho de este tipo a favor del **fabricante de una base de datos**.

A diferencia del derecho de autor que protege la estructura original de una base de datos, este derecho sui generis no protege la creatividad, sino la **inversión sustancial**, ya sea financiera, técnica o humana, realizada para la obtención, verificación o presentación del contenido de la base de datos.

## 5.2 Contenido Y Duración Del Derecho

El fabricante de una base de datos (p. ej., la compañía "Data Guardians", que crea una base de datos musical) tiene el **derecho exclusivo de prohibir la extracción y/o reutilización** de la totalidad o de una parte sustancial del contenido de la misma.

El plazo de protección es de **15 años** a contar desde la fecha en que se dio por terminada la fabricación de la base. No obstante, y esto es un aspecto crucial para el examen, toda **modificación sustancial de la base de datos** que sea resultado de una nueva inversión sustancial dará lugar a un nuevo período de protección de 15 años. Este mecanismo explica la práctica habitual de las empresas de software de actualizar constantemente sus bases de datos, con el fin de renovar el plazo de protección.

**A modo de conclusión**, conviene reiterar que los derechos afines existen de forma independiente a los derechos de autor y, en general, pueden ejercerse sin necesidad de obtener el consentimiento de este. Su contenido es **eminente patrimonial** y no abarcan, salvo la excepción matizada de los artistas, el pleno haz de facultades morales que el ordenamiento reserva en exclusiva a los autores.

# Tema 14: Derechos de Autor IV

**Marco Normativo** El derecho de autor, como monopolio de explotación temporal que la ley concede al creador sobre su obra, carecería de eficacia si no estuviera dotado de un robusto sistema de protección jurídica. Ante la utilización de una obra protegida sin el consentimiento de su titular, se produce una infracción que activa los mecanismos de tutela previstos en el ordenamiento.

En el sistema jurídico español, el marco normativo fundamental para la defensa de estos derechos es el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (TRLPI). Dicho cuerpo legal articula un conjunto de acciones civiles destinadas a reprimir la vulneración de los derechos de propiedad intelectual y a resarcir los daños ocasionados.

## 1. Las Acciones De Cesación De La Actividad Ilícita

**El artículo 139 del TRLPI** constituye la piedra angular de la tutela inhibitoria, al enumerar una serie de medidas que el titular del derecho infringido puede instar judicialmente para poner fin a la actividad infractora. Estas acciones tienen una finalidad eminentemente restitutoria, buscando reestablecer el estado de cosas anterior a la vulneración.

Las principales medidas son las siguientes:

**Suspensión de la explotación infractora:** El titular del derecho puede solicitar al órgano jurisdiccional que ordene el cese inmediato de la actividad ilícita. Por ejemplo, si un autor como Paco descubre que se están comercializando ejemplares no autorizados de su última novela en una tienda en línea, podrá instar una orden judicial para que dicha tienda cese inmediatamente la venta.

**Prohibición de reanudar la actividad infractora:** A mayor abundamiento, la tutela no se limita a detener la infracción en curso, sino que se proyecta hacia el futuro, pudiendo el tribunal prohibir expresamente al infractor la reanudación de dicha actividad.

**Retirada y destrucción de ejemplares ilícitos:** Se puede solicitar la retirada del comercio de todos los ejemplares ilícitos y su posterior destrucción. Esta medida se extiende a los instrumentos destinados a la reproducción, tales como moldes, planchas, matrices o negativos. Los costes derivados de estas operaciones serán sufragados por el infractor, salvo que concurren razones que justifiquen una solución distinta.

## 2. Medidas Adicionales De Protección

- **Remoción o precinto de aparatos:** Para los supuestos de comunicación pública no autorizada, la ley prevé la remoción o el precintado de los aparatos e instrumentos utilizados para tal fin. Un ejemplo ilustrativo sería el precinto de un proyector empleado para la exhibición ilícita de una película en un local público.
- **Comiso y destrucción de instrumentos de elusión:** La ley también articula medidas contra la neutralización de las medidas tecnológicas de protección. Se puede solicitar el comiso, la inutilización y, en su caso, la destrucción de los equipos o dispositivos cuya finalidad principal sea la de eludir dichas protecciones.
- **Medidas contra servicios de intermediarios:** La protección se extiende a la cadena de valor digital, permitiendo que se adopten medidas contra los prestadores de servicios de intermediación a cuyos servicios recurra un tercero para infringir derechos de propiedad intelectual, como podrían ser los sitios web que facilitan la descarga no autorizada de obras musicales o audiovisuales.

### Acción Principal

#### Cesación de la actividad infractora

### Medidas Concretas

- Suspensión de la explotación ilícita
- Prohibición de reanudar la actividad

### Retirada Y Destrucción

- Ejemplares ilícitos
- Medios de producción (moldes, planchas, etc.)

### Otras Medidas

- Precinto o Remoción de aparatos
- Comiso y Destrucción de instrumentos
- Acciones contra servicios de intermediarios

### **3. La Acción De Indemnización De Daños y Perjuicios**

Junto a las acciones de cesación, el titular de los derechos infringidos tiene derecho a ser resarcido por los daños materiales y morales sufridos. El artículo 140 del TRLPI regula la indemnización por daños y perjuicios.

#### **3.1 Criterios Para La Cuantificación Del Daño Patrimonial**

Para la determinación del daño patrimonial, el perjudicado puede optar entre dos criterios alternativos:

##### **Lucro Cesante**

El beneficio que el titular del derecho habría obtenido previsiblemente de no haberse producido la utilización ilícita.

##### **Regalía Hipotética**

La remuneración que el titular hubiera percibido de haber autorizado la explotación.

#### **3.2 La Reparación Del Daño Moral**

Conviene destacar que la ley otorga una protección específica al daño moral. Se establece que procederá su indemnización aun cuando no se haya probado la existencia de un perjuicio económico. Esta disposición es de suma importancia, ya que reconoce que la infracción de un derecho de autor puede causar un menoscabo en la reputación o un sufrimiento personal al creador, que debe ser objeto de reparación con independencia de las pérdidas económicas.

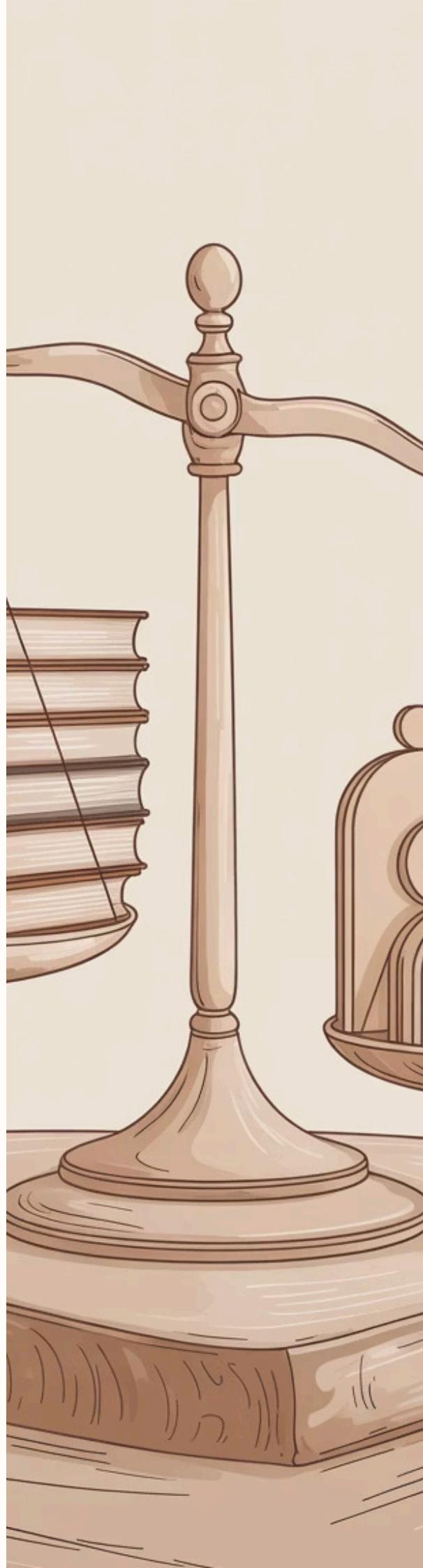
# 4. Los Límites Al Derecho De Autor

## 4.1 Fundamento Y Naturaleza De Las Excepciones

El derecho de autor, pese a su configuración como un derecho de exclusiva, no es absoluto. El legislador ha establecido una serie de límites o excepciones con el fin de equilibrar el interés privado del creador con el interés general de la sociedad en el acceso a la cultura, la educación, la información y la investigación. Estos límites autorizan determinados usos de las obras protegidas sin necesidad de recabar la autorización del titular del derecho.

## 4.2 El Sistema De Límites En El Derecho Español

El TRLPI configura un sistema de **numerus clausus de límites**, entre los que destacan los siguientes:



## 5. Principales Límites Del Derecho De Autor

### Copia Privada

Este límite permite la reproducción de obras ya divulgadas, realizada por una persona física para su uso privado a partir de fuentes lícitas, siempre que no tenga una finalidad colectiva ni lucrativa. Por ejemplo, un usuario que ha adquirido un CD de música puede realizar una copia de las canciones en un dispositivo USB para escucharlas en su vehículo. Sin embargo, este límite no ampara la reproducción íntegra de un libro ni la grabación de una película en una sala de cine.

### Derecho De Cita Y Reseña

Se permite la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras ajenas, siempre que se trate de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Este uso debe realizarse con fines docentes o de investigación, en la medida justificada por el fin, e indicando la fuente y el nombre del autor. Piénsese en un profesor de literatura, Manuel, que lee pasajes de una novela en clase para su análisis, o en una estudiante, Alba, que incluye gráficos de un artículo académico en su trabajo de fin de máster, citando debidamente su procedencia.

### Parodia

**El artículo 39 del TRLPI declara lícita la parodia de una obra divulgada**, siempre que no implique riesgo de confusión con la obra original ni se infiera un daño a la misma o a su autor. Un ejemplo sería un vídeo de carácter cómico que imita escenas o personajes de una película famosa con una finalidad humorística, sin pretender suplantar a la obra parodiada.

# 6. Sistema De Fair Use Y Esquema Comparativo

## 6.1 Breve Referencia Al Sistema De Fair Use En El Derecho Comparado

A diferencia del sistema de lista cerrada de excepciones del derecho continental europeo, el ordenamiento estadounidense articula sus límites a través de la doctrina del fair use (uso justo). Se trata de un principio general y flexible que permite el uso de obras protegidas sin autorización en determinados supuestos, ponderando caso por caso cuatro factores: el propósito y carácter del uso, la naturaleza de la obra, la cantidad y sustancialidad de la parte utilizada y el efecto del uso sobre el mercado potencial de la obra. Un crítico de cine que incluye un breve clip de una película en su reseña para ilustrar un punto de su análisis estaría amparado por esta doctrina.

Límite	Finalidad Principal	Requisitos Clave
Copia Privada	Uso privado del copista	Fuente lícita; sin fines colectivos ni lucrativos
Cita y Reseña	Docencia, investigación, crítica, análisis	Obra ya divulgada; en la medida justificada; indicar fuente y autor
Parodia (art. 39)	Expresión humorística o crítica	No implicar riesgo de confusión; no causar daño a la obra o al autor