

Opinión

Un nuevo Código Mercantil al servicio de la unidad de mercado



A FONDO

Francisco José León Sanz

El Anteproyecto de Ley del Código Mercantil tiene como objetivo primordial establecer una regulación jurídica de las relaciones económicas privadas que promueva y asegure la unidad de mercado. El sometimiento de todos los sujetos económicos a las mismas reglas en el desarrollo de sus actividades es una forma de asegurar la unidad de mercado en la medida en que impide la territorialización del mercado como consecuencia de la existencia de normas que puedan suponer una ventaja para las empresas constituidas en un determinado territorio o la creación normativa de obstáculos o de barreras para las que se encuentren establecidas en otro lugar. De esta forma también se produce un ahorro de costes a las empresas al evitar que tengan que adecuar la actividad a marcos regulatorios diferentes y se logra un aumento de la competitividad.

La regulación unitaria de las relaciones económicas privadas resulta consistente con la idea de la unidad de mercado presente en la Constitución de 1978. A diferencia de lo que sucede en otros Estados descentralizados y, en concreto, en Estados Unidos, la Constitución española atribuye tendencialmente al Estado la competencia legislativa en materia jurídica privada, tanto en el ámbito civil como mercantil (art. 149.6 y 8). La competencia del Estado en materia mercantil resulta más amplia que la competencia en materia civil, ya que la materia mercantil es una competencia íntegramente exclusiva del Estado. El desarrollo de la normativa autonómica en distintos ámbitos que afectan a las relaciones económicas privadas puede explicar la aprobación de un nuevo Código Mercantil que garantice la unidad de mercado mediante el establecimiento de una regulación unitaria. Esta circunstancia explicaría, asimismo, que la iniciativa para la aprobación de un nuevo Código Mercantil tenga su origen en año 2006, cuando era ministro de justicia el socialista Juan Fernando López Aguilar y ha sido continuada por el actual Gobierno.

De acuerdo con esta finalidad de promover y asegurar la unidad de mercado, el ámbito de aplicación del nuevo Código mercantil se amplía considerablemente y también se podría decir que se difumina la delimitación de la materia mercantil respecto del Derecho Civil. El nuevo Código Mercantil tiene por objeto la regulación del mercado, de los operadores que actúan en él y de las actividades que desarrollan. A diferencia de lo dispuesto en el Código de Comercio todavía vigente, el nuevo Código Mercantil también se aplica a las actividades agrícolas, artesanales y profesionales. Se ha optado, en cambio, por no incorporar al nuevo Código Mercantil las normas sobre protección de los consumidores.

El nuevo Código Mercantil tiene una extensión bastante considerable, se compone de 1726 artículos integrados en siete Libros y un Título Preliminar. El contenido se corresponde, en gran medida, con el de la legislación mercantil vigente en este momento. El nuevo Código Mercantil procede a la tipificación de un buen número de contratos que hasta ahora carecían de regulación como los contratos bancarios. En comparación con la Propuesta de Código Mercantil, el Antepro-

yecto de Ley ha reducido el contenido ya que ha eliminado la regulación de figuras como los contratos de distribución o los contratos turísticos. Resulta destacable y, también, cuanto menos discutible, la opción por la inclusión de una regulación general en materia de obligaciones y contratos, pero, pese a todo incompleta, con la que se pretende alcanzar el objetivo de integrar el régimen de los diferentes contratos mercantiles en una regulación general uniforme en todo el territorio nacional.

Reunificación

Con independencia de la introducción de novedades más o menos relevantes, como la regulación de la transmisión de empresa, de los grupos de sociedades o de los contratos bancarios a los que se acaba de hacer referencia, la finalidad más directamente pretendida es la reunificación de la legislación mercantil en un único texto normativo. En realidad, se podría decir que el nuevo Código Mercantil parece estar concebido como una especie de recopilación legislativa más que como un código en sentido estricto, esto es, configurado a partir de la integración sistemática inherente a la técnica codificadora. La opción seguida parece inspirada en el Código de Comercio francés del año 2000. Esta concepción también parece responder al hecho de que la materia mercantil requiere de una regulación flexible que se adapte a la continua evolución del sistema económico. La presentación prácticamente simultánea de un Proyecto de Ley de Reforma de las Sociedades de Capital y del Anteproyecto de

La falta de seguridad jurídica y de previsibilidad es un grave obstáculo para las inversiones y la planificación empresarial

Ley de Código Mercantil lo pone de manifiesto de forma expresiva.

El nuevo Código Mercantil procede a una reunificación normativa, pero no puede impedir que se sigan produciendo normas estatales y autonómicas que se ocupen de la regulación del mercado desde una perspectiva jurídico-privada, por lo que los resultados que se van a poder alcanzar desde la perspectiva de la unidad de mercado puede que sean limitados. Por otro lado, la técnica de la codificación es un instrumento que trata de dar seguridad jurídica, claridad y previsibilidad mediante la trabazón sistemática del material normativo. Se trata de objetivos de gran trascendencia para el funcionamiento del sistema de mercado. La falta de seguridad jurídica y de previsibilidad es un grave obstáculo para las inversiones y para la planificación de la actividad económica empresarial. Ahora bien, la materia mercantil, a diferencia de la civil, es una materia que, por sus propias características, resulta difícilmente articulable con la estructura y la cohesión de un código, con independencia de que la legislación mercantil deba estar adecuadamente coordinada con lo dispuesto en el régimen general. La subversión de este juego de relaciones por los condicionamientos constitucionales y por el principio de unidad de mercado puede explicar las dificultades de alcanzar los objetivos planteados con la elaboración del nuevo Código Mercantil.

Catedrático de Derecho Mercantil
'Of Counsel' Pérez-Llorca