

Règim jurídic del mercat

Enric Enrich Muls (coordinador)
Valeria Enrich Schröder
David Moreno Espejo
Miquel Peguera Poch

Revisió a càrrec de
Jordi Pedemonte Marino

PID_00237890

Material docent de la UOC


Enric Enrich Muls

Exerceix com a advocat a Barcelona des del 1980, especialitzat en dret internacional i dret de la propietat intel·lectual. És autor de diverses publicacions sobre dret mercantil, dret internacional i dret d'autor. Presideix la Secció de Drets de la Propietat Intel·lectual i d'Imatge del Col·legi de Barcelona. Àrbitre de l'Organització Mundial de Propietat Intel·lectual (OMPI) i de l'American Film Market Association (AFMA). Membre de la International Association of Entertainment Lawyers (IAEL) i de la International Bar Association (IBA).


Valeria Enrich Schröder

És advocada de Baker&McKenzie a Barcelona, especialitzada en temes contractuals, de dret internacional, de dret de la competència i de dret comunitari. És llicenciada en Dret per la Universitat de Navarra i ha cursat un postgrau sobre Dret d'Empresa en la Universitat Pompeu Fabra i un LLM en Dret Comunitari i de la Competència en el Col·legi d'Europa (Bruges).


David Moreno Espejo

Llicenciat en Dret per la Universitat de Barcelona (Centre Universitari Abad Oliba) i amb postgrau en Propietat Intel·lectual (Cia. Editorial Re-coletos, Madrid). Exerceix com a advocat a Barcelona. Està especialitzat en dret mercantil, dret de la propietat intel·lectual i drets d'imatge.


Miquel Peguera Poch

Professor Dr. de Dret mercantil a la Universitat Oberta de Catalunya.

La revisió d'aquest material docent ha estat coordinada per la professora: Raquel Xalabarder (2016)

Segona edició: setembre 2016

© Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder, David Moreno Espejo, Jordi Pedemonte Marino, Miquel Peguera Poch

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2016

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Dipòsit legal: B-18.809-2016

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.

Introducció

Si per **mercat** entenem l'espai en què tenen lloc els intercanvis de béns i serveis entre empreses i entre empreses i particulars o consumidors, el **règim jurídic del mercat** és el conjunt de normes que han de tenir en compte els que intervenen en aquest mercat (les empreses i els consumidors): unes per a preservar les regles d'aquest mercat (defensa de la competència, competència deslleial, propietat industrial) i unes altres per a protegir la part dèbil de les relacions que es creen, normalment els consumidors i usuaris dels béns i productes introduïts en el mercat per les empreses.

La novetat és que aquest *mercat* s'ha fet més gran, internacional primer i supranacional després, i amb això els estats han hagut de cedir part de la seva sobirania legislativa en favor de poders superiors supranacionals, i l'exemple que més ens concerneix és el de la Unió Europea. Aquest nou poder legislatiu va regular en primer lloc els fonaments d'aquest nou espai de mercat (lliure circulació de mercaderies, capitals i persones per a assolir un mercat únic) en el Tractat de Roma; i posteriorment ha dictat tota una sèrie de disposicions de rang i efectes variats (directives, reglaments) per harmonitzar les diferències entre les legislacions dels estats membres que podien ser un impediment per a assolir aquest mercat comú.

Però atès que el "mercat" s'ha convertit en global, tots els estats que hi participen s'han vist abocats a pactar entre ells les regles que l'han de regir. I sense cedir sobirania a una entitat supraestatal (com en el cas de la Unió Europea), els estats, mitjançant els tractats internacionals (com el GATT, després convertit en TRIPS), han assumit obligacions, respectivament, per eliminar les barreres o pràctiques que podien distorsionar els principis de llibertat i competència que han de regir en aquest espai econòmic.

Per tot això, l'empresari (adopti la forma que sigui, individual o social) d'un estat que vulgui entrar a participar en el mercat n'ha de tenir present la nova dimensió, l'ampliació de les fronteres dins les quals es mou o, millor dit, la seva eliminació, amb els avantatges i servituds que això representa. Especialment haurà de tenir en compte que gran part de les normes de què tractarem són imperatives; és a dir, que no poden ser ignorades o modificades pels empresaris.

Aquest bloc permetrà a l'estudiant que es familiaritzi amb el **conjunt de normes** que cal tenir present per a participar mercantilment en aquest nou espai. En el primer mòdul s'explicarà una introducció al territori i les autoritats, jerarquia de regles i disposicions que el regeixen, i també les diferents formes

per mitjà de les quals l'empresari hi pot participar (mitjançant representants, agents o distribuïdors), amb un especial èmfasi en les regles imperatives que no cal oblidar.

El mòdul "El dret de la competència comunitari i nacional" introdueix l'estudiant en l'anomenat *dret de la competència*, un conjunt de normes que pretenen assegurar les bases per tal que hi hagi una competència lliure entre els empresaris que actuen en un mercat.

En el tercer mòdul es tractarà de la protecció dels resultats que s'obtenen després dels esforços que fa l'empresari per distingir-se d'altres en el mercat: els seus signes distintius (marques) i de les seves creacions, tant si són de tipus inventiu amb aplicació industrial (patents, models d'utilitat) com de tipus creatiu (drets d'autor i de propietat intel·lectual).

En el quart mòdul s'expliquen les regles bàsiques que han de regir en el mercat: les de la defensa de la competència o antimonopoli (*antitrust*), aplicades ja des de fa temps als Estats Units i la Unió Europea, les que regulen els abusos de posició dominant o prohibeixen pràctiques entre les empreses o que es concentrin, que poden tenir per objecte o efecte restringir la llibertat entre les empreses.

D'altra banda, en el mòdul cinquè s'expliquen els principals drets que tenen els consumidors que, en contrapartida, es converteixen en obligacions per als fabricants o distribuïdors que introdueixen en el mercat béns o serveis perquè aquells n'adquireixin; i especialment s'insisteix en la legislació apareguda com a conseqüència de la contractació electrònica i per xarxes.

En el sisè mòdul s'analitzarà la normativa de protecció de dades personals, com a salvaguarda del dret fonamental a la intimitat de l'individu enfront de l'abús potencial per part de tercers que recullen i tracten les dades que aquest facilita.

El coneixement i l'estudi de tota aquesta normativa ha de proporcionar a l'estudiant una visió panoràmica i àmplia de les regles que regeixen en el mercat, com a globalitat en què conflueixen interessos de diferents parts i de diferents sistemes jurídics que cal harmonitzar. No s'ha d'oblidar que la dimensió d'actuació de l'empresa no se cenyeix a les mateixes fronteres que van veure néixer el dret mercantil en la seva concepció tradicional de l'assignatura, sens perjudici que aquest sigui el bressol d'aquesta nova assignatura.

En l'últim mòdul s'estudiarà el marc jurídic de la prestació dels "serveis de la societat de la informació", entre els quals s'inclou el denominat *comerç electrònic*, i es prestarà una atenció especial a la tramesa de comunicacions comercials no sol·licitades i al règim d'exclusió de responsabilitat dels intermediaris d'Internet (ISP).

Objectius

L'objectiu principal de l'assignatura és la introducció de l'estudiant en l'anàlisi interrelacionada del conjunt de normes jurídiques que forneixen els ciments bàsics sobre els quals s'estructura el mercat.

Aquest objectiu general es pot desglossar en els objectius específics que s'indiquen a continuació:

1. Comprendre les regles estructurals, tant de tipus nacional com supranacional o internacional, sobre les quals s'edifica el règim jurídic d'aquest mercat que té una nova dimensió: global.
2. Comparar les diferents figures que pot utilitzar l'empresari per a estendre la seva activitat i productes a aquest nou mercat global.
3. Estudiar les regles en què es basa la llibertat que han de tenir tots els que volen participar en aquest mercat, en impedir els abusos dels partícips que poden dominar enfront d'altres de menys forts o les associacions i pactes que poden deixar fora de joc a tercers.
4. Analitzar els sistemes de protecció que pot tenir l'empresari sobre les seves invencions o signes distintius, o el creador amb les obres de què és autor.
5. Conèixer les disposicions que regeixen en matèria de publicitat i contractació en mitjans telemàtics.
6. Estudiar els principals drets que tenen els consumidors enfront de les empreses que fabriquen o introdueixen béns o serveis en el mercat.
7. Conèixer la normativa de protecció de dades de caràcter personal dels tercers amb qui s'ha de relacionar necessàriament l'empresari, i saber com l'ha de complir davant l'Agència de Protecció de Dades.
8. Conèixer els requeriments legals per a la prestació de serveis de la societat de la informació i els deures i obligacions que s'imposen als prestadors d'aquests serveis.
9. Conèixer les normes bàsiques en matèria de contractació electrònica.

Continguts

Mòdul didàctic 1

El mercat: normes generals i maneres de participar-hi

Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder i David Moreno Espejo

1. Introducció al mercat i el seu marc jurídic
2. Regulació del mercat a Espanya. L'article 38 de la Constitució espanyola i la llibertat d'empresa
3. La Unió Europea i el mercat interior
4. L'Organització Mundial del Comerç
5. L'empresari i la seva xarxa comercial: introducció
6. Distinció entre agent comercial, representant i distribuïdor

Mòdul didàctic 2

El dret de la competència comunitari i nacional

Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder i David Moreno Espejo

1. Introducció al dret de la competència
2. Concurrencia del dret de la Unió i espanyol de la competència
3. Òrgans encarregats d'aplicar el dret de la competència
4. Les pràctiques col·lusòries: articles 101.1 del TFUE i 1 de la LDC
5. L'abús de posició dominant: article 102 del TFUE i article 2 de la LDC
6. El control de les concentracions d'empreses

Mòdul didàctic 3

Protecció de l'empresari, els seus signes distintius i creacions

Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder i David Moreno Espejo

1. Propietat industrial: marques
2. Propietat industrial: patents
3. Propietat industrial: dissenys
4. Noms de domini
5. Drets d'autor i propietat intel·lectual

Mòdul didàctic 4

Competència deslleial i publicitat

Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder i David Moreno Espejo

1. Competència deslleial
2. La publicitat

Mòdul didàctic 5

Drets dels consumidors

Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder i David Moreno Espejo

1. Introducció al dret del consum
2. Concepte de consumidor
3. La Llei general de consumidors i usuaris
4. Contractació amb consumidors

5. La responsabilitat civil pels danys causats per productes defectuosos
6. Garanties i altres aspectes de la venda de béns de consum; serveis post-venda

Mòdul didàctic 6

Protecció de dades de caràcter personal

Enric Enrich Muls, Valeria Enrich Schröder i David Moreno Espejo

1. La protecció de dades de caràcter personal: marc jurídic i definicions
2. Característiques principals de la protecció de dades
3. Cessió de dades personals i transferència internacional
4. Infraccions i sancions

Mòdul didàctic 7

Serveis de la societat de la informació i comerç electrònic

Miquel Peguera Poch

1. La noció de serveis de la societat de la informació
2. El principi de control en origen
3. Règim jurídic dels serveis de la societat de la informació
4. La tramesa de comunicacions comercials no sol·licitades
5. Contractació electrònica
6. Responsabilitat dels intermediaris
7. Infraccions i sancions
8. Solució de conflictes

Bibliografía

Baylos Corroza, H. (2009). *Tratado de derecho industrial, propiedad industrial, propiedad intelectual, derecho de la competencia económica y disciplina de la competencia desleal* (3a. edición). Madrid: Civitas.

Calvo Caravaca, A.L.; Carrascosa González, J. (2003). *Mercado único y libre competencia en la Unión Europea*. Madrid: COLEX.

Freixas Gutiérrez, G. (2001). *La protección de los datos de carácter personal en el derecho español: aspectos teóricos y prácticos*. Barcelona: Bosch.

Gómez-Segade, José A.; Fernández-Albor Baltar, Ángel; Tato Plaza, Anxó (2001). *Comercio electrónico en Internet*. Madrid: Marcial Pons.

Lasarte Álvarez, C. (2015). *Manual sobre protección de consumidores y usuarios* (7a. edición). Madrid: Dykinson.

Virgos Soriano, M. (1992). *El comercio internacional en el nuevo derecho español de la competencia desleal*. Madrid: Civitas (Estudios de Derecho Mercantil).