

Derecho y Empresa



Cuarto trimestre
2006



IberForo
www.iberforo.net



IBERFORO es una firma constituida en diciembre de 1990 que integra a despachos profesionales de abogados, preexistentes y ya prestigiados, de toda España. IberForo se constituyó con el propósito de prestar los servicios profesionales de asesoramiento jurídico acomodándose a las necesidades y problemas actuales y al extenso ámbito territorial y multidisciplinar que poseen las organizaciones, empresas, asuntos y proyectos de nuestra época. IberForo agrupa actualmente 36 despachos, abarcando la mayoría de las principales ciudades de España. La implantación territorial de IberForo responde a la necesidad de alcanzar una estructura y organización de la misma escala y dimensión que los asuntos y problemas a afrontar. El número de abogados y otros profesionales que prestan sus servicios en los despachos permite que IberForo cuente con especialistas en todas las ramas del Derecho y en los distintos derechos locales y autonómicos. La implantación y solidez de cada uno de los despachos en sus respectivos ámbitos permiten la prestación de un asesoramiento profesional riguroso y personalizado, además de independiente de otras áreas de servicio que puedan motivar incompatibilidades morales.

Derecho y Empresa

Han colaborado en este número:

Clementina Barreda Díez de Baldeón. *IberForo-Madrid*

Vicent Bellido Cambrón. *IberForo-Castellón*

José A. Sierra García. *IberForo-Zaragoza*

Edición y Coordinación:

Miguel López López-Oleaga

Miguel Ángel Malo Valenzuela

Sumario

Opinión:

<i>Publicidad comparativa</i> , por Clementina Barreda Díez de Baldeón	2
--	---

Derecho y Empresa. Artículos:

<i>Procesal: Aplicación de la Ley Concursal en el asunto Forum/Afinsa</i> , por Vicent Bellido Cambrón	6
--	---

<i>Laboral: «Ley Antitabaco»: su incidencia en los centros de trabajo</i> , por José A. Sierra García	9
---	---

Reseñas de Jurisprudencia	12
--	----

Novedades legislativas:

<i>Legislación estatal</i>	15
----------------------------------	----

<i>Principales normas de Derecho Comunitario incorporadas al Derecho Español</i>	16
--	----

<i>Normativa Autonómica</i>	17
-----------------------------------	----

<i>Proyectos de Ley en tramitación</i>	19
--	----

Perfiles:

<i>Raúl Tenés Iturri</i>	21
--------------------------------	----



Publicidad comparativa

CLEMENTINA BARREDA DÍEZ DE BALDEÓN
(IberForo-Madrid)

I. CONCEPTO DE PUBLICIDAD COMPARATIVA

El concepto jurídico de publicidad comparativa es más amplio que la noción apriorística que se pueda tener sobre la misma, toda vez que engloba no sólo la publicidad en la se hace expresa alusión a una empresa o producto competidor, sino toda aquélla que ofrece datos suficientes para que el consumidor medio identifique a ese otro competidor al que se contraponen los productos, servicios o empresas promocionadas.

Así se establece en el artículo 6 bis de la Ley General de Publicidad, que define la publicidad comparativa como *«la que alude explícita o implícitamente a un competidor o a los bienes o servicios ofrecidos por él»*.

Así lo ha considerado el Tribunal Supremo en Sentencia de 22 de febrero de 2006, en la que se estimó que constituía publicidad comparativa un mensaje publicitario que contenía una referencia, no expresa pero sí inequívoca, a una competidora de la anunciante (*«el nuevo Corte...»*), en términos tales que sus destinatarios no podían sino identificarla de modo nítido (la referida empresa acababa de abrir un nuevo establecimiento en la ciudad).

II. FIGURAS AFINES A LA PUBLICIDAD COMPARATIVA: LA PUBLICIDAD DE TONO EXCLUYENTE Y LA PUBLICIDAD COMPARATIVA DE GÉNEROS

Precisamente porque es publicidad comparativa toda la que permite al

consumidor medio identificar a un determinado competidor, surgen problemas interpretativos para diferenciarla de figuras afines.

PUBLICIDAD DE TONO EXCLUYENTE

De entre éstas, destaca la publicidad de tono excluyente. Se trata de aquélla que resalta que la empresa, producto o servicio anunciados ocupan una posición preeminente en el mercado que no es alcanzada por ningún competidor o, en su caso, por ningún círculo limitado de competidores, pero en la que no se hace ninguna referencia directa a esos competidores.

Aunque en un plano teórico la diferencia pueda parecer clara, en el análisis de materiales publicitarios concretos surgen problemas interpretativos para determinar si concurren o no las circunstancias que permiten que un *«consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz»* identifique a un concreto competidor o un grupo reducido de éstos, puesto que sólo en ese supuesto estaremos ante un supuesto de publicidad comparativa.

En esta labor interpretativa no sólo se debe estar al concreto mensaje que transmite el anuncio, sino que cobran especial importancia las propias características y estructura del mercado afectado.

COMPARACIÓN DE GÉNEROS

Pero en la diferenciación de la publicidad comparativa con la de tono excluyente no se agota el problema

interpretativo. La doctrina ha acuñado otras categorías, como la «autocomparación», a la que ya se ha hecho referencia, o la denominada «comparación impropia» de géneros de mercaderías o de sistemas económicos. Esta última es aquélla en la que el anunciante destaca la ventaja de su producto frente a un género de productos diferente, sin identificar ni expresa ni implícitamente a ningún competidor. También en este supuesto se debe estar a la potencialidad para que un consumidor medio identifique a los productos competidores, para valorar cuál es la calificación apropiada. Así lo ha expresado la doctrina más autorizada en la materia y el propio Jurado de Autocontrol, al poner de manifiesto que para que una comparación genérica se califique como publicidad comparativa es preciso que el mercado sea tan reducido que el consumidor pueda identificar una marca concreta como competidor directo, lo que se ha considerado, entre otros, en los mercados de determinados productos de limpieza del hogar.

III. ¿QUÉ CONSECUENCIAS DERIVAN DE LA CALIFICACIÓN DEL MATERIAL PUBLICITARIO?

Una vez planteadas las dificultades para determinar si un material publicitario merece la calificación de publicidad comparativa, es importante aclarar que la cuestión no se limita a una mera disertación teórica sin consecuencias prácticas.

Todas las categorías publicitarias que se han analizado, por su propia naturaleza, comportan un cierto grado de denigración del competidor objeto de la comparación, pero este descrédito es perfectamente lícito siempre que se cumplan una serie de requisitos.

Pues bien, precisamente estos requisitos son los que diferencian el régimen de a) la publicidad de tono excluyente y comparativa de géneros y sistemas, de un lado y el de b) la publicidad comparativa, mucho más restrictivo, de otro.

- a) La publicidad de tono excluyente y la comparativa impropia están sometidas a los límites generales de Ley General de Publicidad y normativa complementaria, entre los que cobra especial relevancia en el caso de las comparaciones de géneros de mercancía la prohibición del engaño, por un lado, y de la denigración por otro. Y, para la publicidad de tono excluyente, por su parte, la obligación de rigurosa exactitud respecto de la alegación sobre la posición de primacía o preeminencia.
- b) Por el contrario, **la Publicidad Comparativa no sólo debe cumplir las normas publicitarias generales, sino que está sometida a requisitos muy estrictos** para sortear su calificación de desleal.

IV. REQUISITOS DE LA PUBLICIDAD COMPARATIVA LÍCITA

Desde el punto de vista teleológico, la publicidad comparativa resulta positiva en la medida en que posibilita que el anunciante informe de sus ventajas frente a empresas concurrentes y facilita al consumidor estar informado sobre todas las ofertas en un concreto sector, seleccionando así la que más le convenga.

Bajo esta perspectiva, desde la entrada en vigor de la L.G.P. en 1988

rige el principio general de que la Publicidad Comparativa es lícita.

Sin embargo, aún hoy el espectador se sorprende cuando en la publicidad de un determinado producto se alude a una marca competidora. Dejando a un lado estrategias publicitarias y centrándonos, por tanto, en el ámbito estrictamente jurídico, podemos aventurarnos a concluir que la publicidad comparativa no está muy extendida en España porque está sometida a unas condiciones específicas muy estrictas.

A la vista de la normativa vigente (ex art. 6.bis L.G.P., art. 10 L.C.D.), y dejando a un lado las posibles contradicciones entre la L.G.P. y la L.C.D., podemos concluir que los requisitos de licitud de la publicidad comparativa son los siguientes:

1) Que los bienes o servicios objetos de comparación tengan la misma finalidad o satisfagan las mismas necesidades. Esto es, que los objetos de comparación sean sustitutivos.

En este sentido, en la Resolución de la Sección 2.ª de 26 de marzo de 2003 se puso de manifiesto que *«a efectos de la publicidad comparativa, se consideran productos o servicios similares (y, consecuentemente, comparables) aquellos que, perteneciendo a una misma categoría genérica sirven, de modo usual, para la satisfacción de idénticas necesidades. Interpretación ésta que refuerzan la propia Directiva comunitaria sobre publicidad comparativa y la Ley General de Publicidad al establecer la necesidad de que los productos o servicios comparados tengan la misma finalidad.»*

2) Que la comparación se realice en términos objetivos. Por tanto, se ha de ofrecer una información concreta (aunque no necesaria-

mente exhaustiva, siempre que a su vez no se vulnere la prohibición del engaño por omisión), resultando desleal recurrir a la exageración u otras técnicas publicitarias hiperbólicas.

Tal fue el caso de la publicidad examinada en la Resolución de la Sección 6.ª (Asunto «Ser») de 18 de enero de 2005, en la que se estimó que las imágenes de un ángel sonriente de gran tamaño en posición triunfante para ilustrar el número de oyentes de una cadena de radio frente a imágenes de otros ángeles de tamaño notablemente inferior con expresiones tristes y de enfado junto con los datos correspondientes a las cadenas competidoras *«exageran la diferencia existente entre la posición competitiva de las emisoras sometidas a la comparación y, además, no se limitan a ilustrar los resultados de la comparación, sino que comportan una denigración y cierta burla respecto de los competidores.»*

3) Que las características que se comparen sean esenciales, pertinentes y representativas de los bienes o servicios. En consecuencia, la comparación debe versar sobre cuestiones accesorias que en circunstancias normales no influirían en la decisión de compra.

De entre las últimas Resoluciones de Autocontrol, destaca la de 28 de febrero de 2006 (Asunto «Pañales Huggies») en la que el Pleno consideró que la expresión publicitaria *«son para estar sequita, no para presumir»* alude a que los pañales promocionados cumplen la finalidad de estar *«sequita»*, frente a los competidores, que sólo son utilizados para presumir; lo que es no es pertinente y comporta una denigración superior a la implícita en toda comparación, por frivolisarse la finalidad y funcionalidad de los pañales competidores.

De otro lado, resulta muy ilustrativa la Resolución del Pleno de 17 de junio de 2004 (Cita a Ciegas II) en la que se declaró que el mensaje de que la cerveza promocionada es *«apta para ocasiones o situaciones especiales y prometedoras, la otra cerveza competidora debe ser utilizada cuando una de aquellas situaciones se estropea y el acompañante no reúne las características deseadas (...) transmite un juicio global de superioridad de su competidor frente al competidor al que se alude, encerrando este juicio una mera situación objetiva que en ningún momento se apoya en características esenciales, afines y objetivamente comparables de los productos confrontados»*.

Asimismo en Resolución de 14 de agosto de 2002 la Sección de Guardia («Simon Life Limón») ratificada por el Pleno, consideró que se cumplían los requisitos de la publicidad comparativa. En concreto, respecto de la comparación entre el contenido de zumo de dos bebidas refrescantes mixtas, y la existencia o no de conservantes en su composición, se consideró que se trataba de características afines y relevantes y respecto de este último requisito destacó que son consideradas esenciales o relevantes *«aquellas características de los productos o servicios confrontados que puedan influir en la decisión de compra de un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz»*.

4) Que la comparación sea verificable y, en definitiva, exacta y susceptible de prueba, por lo que no puede versar sobre características subjetivas o meras opiniones.

Por ello, la alegación publicitaria de que un refresco tiene el mejor sabor sí es lícita (porque se trataría de una publicidad de tono excluyente

que no tiene por qué versar sobre características objetivas). Sin embargo, no es lícita la alegación publicitaria de que un refresco A tiene un sabor mejor que el refresco B (puesto que el sabor es una cualidad subjetiva que no puede ser objeto de una comparación leal, tal y como se consideró en la Resolución de la Sección 4ª, de 11 de enero de 2001, en el Asunto *Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes, S. L. vs. Compañía de Bebidas Pepsico, S.A.*).

Por su parte, en la Resolución de 12 de junio de 2003, (Asunto «Satin Ice Óptima») el Pleno declaró desleal la publicidad que entablaba una comparación entre las preferencias de los consumidores por los productos confrontados (se decía literalmente *«La preferencia de Satin ice óptima sobre la competencia es realmente asombrosa»* insertando una tabla con datos de ventas de competidores), por no referirse a características susceptibles de una valoración objetiva, sino a parámetros completamente subjetivos como las preferencias de los consumidores.

Del mismo modo, la Sección Segunda en la Resolución de 25 de junio de 2002 (Asunto «Cruz del Sur») consideró que *«la alusión a la casta de los productos confrontados (se vincule o no con su origen geográfico) constituye una mera valoración subjetiva que, aunque sin duda podría ser lícita en otro tipo de publicidad, no resulta admisible en el ámbito de la publicidad comparativa»*.

En definitiva, podemos concluir que la publicidad comparativa, que es perfectamente lícita *per se*, está encorsetada por unos requisitos que limitan notablemente los recursos publicitarios habituales y que, a la postre, la aproximan a un modelo informativo más que al propiamente publicitario. ■



Aplicación de la Ley Concursal en el asunto Forum/Afinsa

VICENT BELLIDO CAMBRÓN
(IberForo-Castellón)

I. INTRODUCCIÓN

Puesto que los antecedentes de lo sucedido con las mercantiles Forum/Afinsa son de sobra conocidos por la avalancha mediática y la alarma social generada, me abstendré, en aras a la concreción, de referir el origen y causas que han llevado a más de trescientas mil familias españolas al ya presagiado sobreendeudamiento familiar por pérdida de sus inversiones. Hasta la fecha se han sustanciado cuatro procedimientos judiciales:

- Dos procedimientos Penales seguidos ante la Audiencia Nacional contra los directivos de las empresas intervenidas.
- Dos procedimientos concursales:
 - 1.º AFINSA: seguido ante el Juzgado de lo Mercantil núm. 6 de Madrid, Concurso núm. 208/2006.
 - 2.º FORUM: seguido ante el Juzgado de lo Mercantil núm. 7 de Madrid, Concurso núm. 209/2006.

Respecto a los procedimientos concursales, y en concreto al de la mercantil FORUM, ya se ha procedido a la declaración del concurso con el nombramiento de administradores concursales, de acuerdo con lo previsto en el artículo 21 de la Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal, así como a su publicación en el *Boletín Oficial del Estado* y en dos periódicos de tirada nacional, para que los acreedores puedan en el plazo de un mes comunicar su crédito. El plazo acababa el 1 de octubre de 2006.

Por lo que se refiere a la mercantil AFINSA, se ha procedido a la declara-

ción de la situación de concurso, pero todavía no se ha publicado en el *Boletín Oficial del Estado*, por lo que el plazo de un mes para comunicar los créditos no se ha iniciado.

II. CARENCIAS PROCESALES DE LA LEY 22/2003, DE 9 DE JULIO, CONCURSAL

Durante la tramitación de los procedimientos concursales que afectan a las empresas FORUM y AFINSA se han podido constatar preocupantes obstáculos procesales que imposibilitan el desarrollo de un procedimiento eficaz y satisfactorio para los miles de afectados por la crisis de los bienes tangibles. Al margen de la nula regulación legal en este sector que ya fue denunciada en su día por el sector del consumo, la realidad jurídico-procesal ha resultado ser nefasta.

DESPROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Por parte de los jueces mercantiles se ha realizado hasta la fecha un cumplimiento estricto de la ley concursal, por lo que estas consideraciones no son una queja formal frente a sus actuaciones, sino una constatación de la ineficacia de la ley vigente, que deja desprotegidos a los consumidores en los procedimientos concursales que son extremadamente complejos, como sucede en el presente caso.

Cuestión distinta es la labor de los administradores concursales. Como hemos referido, en el caso de FORUM el Concurso Necesario ya ha sido declarado por medio de AUTO, y se han nombrado tres administradores de con-

formidad con lo previsto en los artículos 26 y siguientes de la ley. Un administrador es economista, otro abogado y para el otro cargo de administrador se ha designado a la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, que a su vez ha designado a otro administrador. Dos de dichos administradores ya han sido recusados por las partes personadas.

El Consejo de Consumidores y Usuarios se ha reunido en varias ocasiones con los administradores concursales con la finalidad de aunar esfuerzos y facilitar el trámite con modelos unitarios de comunicación de créditos. Sin embargo, el resultado no ha podido ser más desalentador.

Dicho Consejo se ha encontrado con un «muro de contención» que, lejos de preservar los intereses de la masa concursal, sus deudores y sus acreedores, atiende excesivamente a formalismos innecesarios que salvaguarden su propia responsabilidad. Con ello no quiero decir que haya una ausencia de diligencia por parte de los administradores, sino que más bien hay un excesivo recelo a la hora de flexibilizar la interpretación de dichos formalismos legales, probablemente por las responsabilidades que han asumido y que les son impuestas por la ley una vez aceptado el cargo.

BREVEDAD DEL PLAZO PARA COMUNICAR LOS CRÉDITOS

Entre los obstáculos que ya en origen pueden observarse, es preciso destacar la brevedad del plazo de un mes previsto en el artículo 21.1.5.º de la Ley concursal para la comunicación del crédito por parte de los acreedores. No puede establecerse un plazo único e inexorable para todos y cada uno de los procesos concursales que se puedan suscitar. Debemos recordar la obviedad de que el consumidor no es un profesional acreedor, por lo que requiere de un asesoramiento individualizado para incluso rellenar el más sencillo de los formularios. El plazo de un mes para

comunicar su crédito aportando los documentos necesarios es absolutamente insuficiente para que, entre otras cuestiones, las asociaciones de Consumidores puedan organizar, informar en asambleas y remitir la documentación a más de trescientas mil personas.

GASTOS A SUFRAGAR POR LA MASA CONCURSAL

Otro de los obstáculos es el relativo a los gastos a sufragar por la masa concursal en perjuicio de los acreedores. El hecho de que se proceda para cualquier notificación derivada del concurso al envío individualizado, que en el caso de FORUM implica un gasto de aproximadamente 800.000 euros para cada notificación por el volumen de consumidores afectados, no hace más que perjudicar a los créditos de los acreedores. Debiera utilizarse a las asociaciones de Consumidores para que a su vez «rebotaran» las comunicaciones a sus asociados.

III. EL PAPEL FUNDAMENTAL DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES EN PROCEDIMIENTOS CONCURSALES CON UNA PLURALIDAD DE PEQUEÑOS ACREEDORES

Por otra parte, y sin ánimo de desmerecer la labor que desarrolle el administrador designado por la Agencia Tributaria, considero que las asociaciones de consumidores podrían llevar a cabo la labor de administradores concursales de una forma más eficaz, máxime en procedimientos como el presente en que la mayoría de afectados son consumidores finales. Cuando hablo de eficacia me refiero a que las asociaciones de consumidores tienen «trato diario» con los afectados, saben cuales son sus inquietudes en el proceso y sus carencias, y tienen una mayor accesibilidad a los mismos que la Agencia Tributaria.



En la ley Concursal no se excluye expresamente que una asociación de consumidores pueda nombrar al administrador concursal designado de entre los acreedores ordinarios, pero poder llevarlo es ciertamente difícil. Por lo que sería recomendable que la ley concursal expresamente reconociera el papel imprescindible de las Asociaciones de Consumidores en procedimientos concursales que afectan a un colectivo considerable de consumidores, otorgándoles para ello más facultades.

IV. CONCLUSIÓN

La Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal, si bien es cierto que ha mejorado en muchos aspectos la regulación precedente en esta materia, no ha contemplado supuestos de especial complejidad como los derivados por las mercantiles FORUM y AFINSA, en los

que hay más de trescientos mil pequeños acreedores que son consumidores y no profesionales del sector de la filatelia, que se ven desbordados por los trámites a seguir y por los costes de representación en el procedimiento.

La ley concursal no ha contemplado en procedimientos de este tipo el papel fundamental de las asociaciones de consumidores, que podrían facilitar la labor de los administradores concursales, abaratar costes que deben ser sufragados por la masa concursal en perjuicio de los acreedores, y que tienen una gran experiencia en el trato con el consumidor.

Todas estas consideraciones nos llevan a afirmar que con la regulación actual, los concursos de cierta complejidad pueden eternizarse exactamente igual que con la anterior normativa, originando perjuicios gravísimos a los acreedores. ■

BREVES

MERCADO DE VALORES: OPAS Y TRANSPARENCIAS

El pasado 21 de julio de 2006 el Gobierno aprobó el Anteproyecto de Reforma de la Ley del Mercado de Valores, que incorpora al Derecho español dos Directivas Comunitarias: la Directiva de Ofertas Públicas de Adquisición (OPAs) y la Directiva de Transparencia.

El texto, que se tramitará por la vía de urgencia con el fin de ser aprobado en el Congreso entre Diciembre de 2006 y enero de 2007, simplifica el actual sistema español de OPAs homologándolo con el vigente en la mayoría de los países de nuestro entorno.

Entre las principales novedades introducidas por este Anteproyecto, se prevé que las empresas que alcancen una participación que les confiera el 30% o más de los derechos de voto de una sociedad cotizada estarán obligadas a lanzar una OPA por el 100% de la compañía.

También se dota de mayor transparencia a los mercados financieros a través del establecimiento de normas que mejoren la información que han de dar al mercado los emisores cuyos valores cotizan en mercados regulados, centrándose en la elaboración de informes periódicos y en la comunicación de participaciones significativas.

«Ley antitabaco»: su incidencia en los centros de trabajo

JOSÉ A. SIERRA GARCÍA
(IberForo-Zaragoza)

I. INTRODUCCIÓN

Desde el punto de vista laboral, el tabaco representa altos gastos para las empresas tanto en costes médicos como en absentismo; se producen pues costes en la productividad y costes en enfermedades producidas a los trabajadores no fumadores. Por ello esta materia se ha convertido en una de las prioridades de todas las empresas, surgiendo la necesidad de implantar medidas dirigidas a la prevención del tabaquismo; todas ellas teniendo siempre presente el artículo 43 de la Constitución Española (C.E.).

Con las anteriores premisas, en este sucinto trabajo se trata simplemente de delinear el régimen jurídico establecido tras la aprobación de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de Medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, así como de examinar si su regulación contiene todos los aspectos que serían deseables desde el punto de vista de los derechos laborales de los trabajadores.

II. ASPECTOS LABORALES DE LA NUEVA LEY ANTITABACO

Uno de los objetivos de la norma es el de lograr lugares de trabajo «libres de humos», por lo que uno de los aspectos más importantes de la misma ha sido llevar la prohibición de fumar a los centros de trabajo.

II.1. ¿A QUIÉNES VA DIRIGIDA LA LEY DESDE EL PUNTO DE VISTA LABORAL?

La razón de ser de la prohibición de fumar no es la tutela del trabajador por cuenta ajena, sino la tutela del medio (art. 45 C.E.), de la salud (43 C.E.) y la lucha contra el tabaquismo. Los sujetos destinatarios de la prohibición de fumar son, principalmente, el empresario o las personas que representen a la empresa y los trabajadores de la misma. Pese a ello, la prohibición alcanza a cualquier persona que transite o acceda a un centro de trabajo.

La prohibición afecta al personal mientras se encuentre en el lugar de trabajo, tanto si se está dentro de la jornada de trabajo como si se está fuera de ella (descansos, periodos entre jornadas partidas, realización de horas extra, etc.).

II.2. PROHIBICIONES EN EL ÁMBITO LABORAL

En lo que se refiere a las relaciones laborales, el núcleo de la regulación se encuentra en el artículo 7, que prohíbe fumar, además de en aquellos lugares o espacios definidos en la normativa de las Comunidades Autónomas, en los centros de trabajo públicos y privados, salvo en los espacios al aire libre (por espacio al aire libre hay que entender los que carezcan de cubierta o techo).

Centro de trabajo es la «unidad productiva con organización específica que sea dada de alta como tal ante la autoridad laboral» (art. 1.5 del Estatuto



de los Trabajadores). Definición que hay que complementar con la de «lugar de trabajo» del artículo 2 del R.D. 486/1997, de disposiciones mínimas de seguridad y salud en los lugares de trabajo.

Dado el carácter absoluto de la prohibición, hay que entender que se extiende a cualquier espacio del centro de trabajo (accesos, vestuarios, servicios, salas), incluyendo los de uso individual (despachos), sin que puedan habilitarse espacios para fumadores.

II.3. PROTECCIÓN DE LA SALUD DEL TRABAJADOR FRENTE A LOS RIESGOS DEL TABACO

La Exposición de Motivos de la Ley nos habla de la obligación de las Administraciones públicas sanitarias de orientar sus actuaciones prioritariamente a la promoción de la salud y a la prevención de las enfermedades, pero sin embargo la mencionada Ley no tutela específicamente la salud del trabajador frente a la nocividad del tabaco.

No obstante, debido a la posibilidad de habilitar zonas de fumadores en algunos establecimientos del artículo 8, seguirá habiendo lugares de trabajo en que se consuma tabaco y en consecuencia habrá trabajadores que por razón del trabajo se vean obligados a inhalar humo de tabaco ajeno. Esto implicará que se deberá extremar la precaución en los espacios laborales en que se pueda fumar, bien cumpliendo las exigencias de ventilación, bien estableciendo una organización del trabajo que minimice el riesgo (sistema de rotación...), o bien con una vigilancia de la salud adecuada realizada por otros medios.

En cuanto a la vigilancia y cumplimiento de la normativa antibabaco, la legislación de otros países, a diferen-

cia de la nuestra, sí que permite a los trabajadores que consideren que se incumple dicha normativa la posibilidad de presentar quejas a los responsables de prevención de riesgos en la empresa.

II.4. RÉGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES EN MATERIA LABORAL

Al propio empresario persona física le es aplicable el régimen de infracciones y sanciones previsto en la Ley para cualquier sujeto, por lo que si fuma en el centro de trabajo comete una infracción.

Además, la empresa puede cometer tres tipos de infracciones en atención a las siguientes conductas: *a)* no informar de la prohibición de fumar a la entrada del establecimiento; *b)* habilitar espacios para fumadores cuando no sea posible; y *c)* permitir fumar en lugares en los que esta actividad no esté permitida. La infracción existe por la pasividad de la empresa en adoptar las medidas necesarias para evitar que la conducta se produzca o se reitere.

Respecto del trabajador, los que fumen en espacios prohibidos serán sancionados administrativamente y la empresa podrá ejercer el poder disciplinario sobre los trabajadores que incumplan la prohibición de fumar, advirtiéndolo, sancionando y, si la conducta es particularmente grave y dolosa, y ha sido sancionada con anterioridad, incluso despidiendo a dicho trabajador. Es el empresario quien controla esa prohibición de fumar, estando habilitado para poner en funcionamiento los mecanismos sancionadores o disciplinarios previstos.

Cualquier trabajador, usuario, cliente o trabajador autónomo estará facultado para exigir de la Administración y de los órganos jurisdiccionales

de cualquier orden la observancia y cumplimiento de lo establecido en la Ley.

En el marco de las relaciones de empresa la instrucción del procedimiento corresponde a la Inspección del Trabajo y la potestad sancionadora a la autoridad laboral competente. Aunque la Ley no se refiere a esta cuestión expresamente, esta competencia se deriva del carácter preventivo sobre la salud laboral que se atribuye la norma. En este sentido, la Disposición Adicional Séptima señala que las previsiones de la Ley se entienden «sin perjuicio de las demás limitaciones y prohibiciones al consumo de tabaco contenidas en la normativa sobre prevención de riesgos laborales».

III. CONCLUSIONES

1. Entre las medidas introducidas por la Ley destaca la ausencia de obligación empresarial alguna de habilitar salas de fumadores en los centros de trabajo. Teniendo en cuenta el carácter de derecho necesario de la citada Ley, la negociación colectiva tiene vedada su actuación en esta materia, no permitiéndose en consecuencia los pactos que tengan por objeto habilitar lugares para fumar en el interior de la empresa, a diferencia de lo que sucede en otros países. Esta circunstancia ha provocado más de una queja por parte de los agentes sociales.

2. Puesto que no se contempla la posibilidad de abandonar el puesto de trabajo momentáneamente para acudir a un espacio donde esté permitido fumar, el trabajador no puede fumar mientras dure la jornada de trabajo.

3. En consecuencia, la única posibilidad de fumar en la mayoría de los

centros de trabajo es saliendo a la calle, lo cual produce, salvo que se controle, evidentes desajustes en la actividad productiva al darse abandonos permanentes e incontrolados por los trabajadores de su puesto de trabajo. Ello permite que los restantes trabajadores puedan poner sobre la mesa que aquéllos están utilizando el tiempo de trabajo para atender una necesidad personal que ellos podrían destinar a otros fines.

Probablemente en esta materia sí podría ser interesante la intervención de la negociación colectiva con pausas que, en todo caso, deberían generalizarse para el resto de los trabajadores no fumadores, adicionándose a los tiempos de descanso de los mismos.

4. Pese a ello, las empresas pueden incluir en las jornadas pausas para que los trabajadores fumadores puedan salir a la calle a fumar, con o sin recuperación del tiempo de trabajo invertido en ello.

Se trata de una práctica poco aconsejable, ya que con el tiempo podría convertirse en una condición más beneficiosa para los trabajadores, incorporándose a su nexo contractual; puede ir en contra de la productividad, puede generar comparaciones no deseadas con los trabajadores no fumadores que no gozarán de la posibilidad de interrumpir la jornada, y finalmente, es contrario al espíritu de la ley que pretende erradicar el tabaquismo.

5. Ya se han producido posibles casos de discriminación en el empleo para los fumadores. Ofertas de empleo con una característica común: la exigencia de que el candidato fuese no fumador; o el aumento de la contribución del trabajador a la política social si saben que éste fuma. ■



Reseñas de Jurisprudencia

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

DERECHO DE ESTABLECIMIENTO

Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 1 de junio de 2006.—La cuestión que se plantea es si el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, que establece la libertad de establecimiento, se opone a que una normativa nacional supedita la inscripción de una sucursal de una sociedad establecida en otro Estado miembro al pago de un anticipo por los gastos de publicación. El Tribunal concluye que el mismo se corresponde a los costes administrativos reales de su publicación, y que por tanto no puede considerarse que tal obligación suponga una restricción a la libertad de establecimiento.

TRIBUNAL CONSTITUCIONAL

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Sentencia del Tribunal Constitucional de 5 de junio de 2006. Ponente: Excmo. Sr. D. Roberto García-Calvo y Montiel.—Discutiéndose la posible existencia de una colisión entre el derecho a la libertad de información y el derecho a la libertad de expresión, el Tribunal Constitucional declara que el objeto del derecho a la libertad de expresión son los pensamientos, ideas y opiniones, lo cual incluye los juicios de valor. El Tribunal concluye que, si bien es cierto que del derecho fundamental a la libertad de expresión están excluidas las expresiones absolutamente vejatorias, el mismo comprende la crítica de la conducta de otro, aun cuando la misma sea desabrida.

TRIBUNAL SUPREMO

CLÁUSULA PENAL

Sentencia del Tribunal Supremo, Sala 1.ª, de 14 de junio de 2006. Ponente: Excmo. Sra. D.ª Encarnación Roca Trías.—Habiendo recibido los vendedores más del ochenta por ciento del precio de la compraventa, estipulan en el contrato que la cuantía restante deberá hacerse efectiva en cinco plazos, y que en caso de impago se resolverá la compraventa quedando a favor de los vendedores las cantidades entregadas hasta el momento de la resolución. Los compradores tan solo pagan el primero de los cinco plazos previstos, por lo que según el Juzgador procede la aplicación de la cláusula penal convenida. El Tribunal declara que la cláusula penal fue establecida en garantía del pago del precio aplazado —y no del total del precio— y que en consecuencia no puede aplicarse la facultad moderadora del artículo 1154 C.C.

RESPONSABILIDAD EXTRA CONTRACTUAL

Sentencia del Tribunal Supremo de 21 junio. Ponente: Excmo. Sr. D. Ignacio Sierra Gil de la Cuesta.—El litigio deriva de la reclamación de cantidad dirigida contra un médico y la entidad con la que la demandante había suscrito un contrato de seguro de asistencia sanitaria, por los daños y perjuicios causados por el profesional. Si bien en primera instancia se declara la responsabilidad exclusiva del médico, la Audiencia Provincial condena solidariamente a la entidad aseguradora al entender que, de acuerdo con el artículo 1903.4 C.C., la responsabilidad del empresario es directa —y no subsidiaria—, porque deriva del incumplimiento del deber de vigilar a las personas que están bajo la dependencia de otros y de emplear la diligencia debida. El Tribunal confirma la anterior sentencia afirmando que la «responsabilidad vicaria» abarca incluso la causada por negligencia profesional del empleado.

PERFECCIÓN DEL CONTRATO

Sentencia del Tribunal Supremo de 24 de julio de 2005. Ponente: Excmo. Sr. D. Román García Varela.—La cuestión litigiosa se centra en la determinación de si el demandado y ahora recurrente, que había aprobado un primer presupuesto, queda obligado al pago de un segundo presupuesto elaborado por la entidad demandante. El Tribunal estima el Recurso afirmando que la conjunción entre la oferta y la aceptación debe ser completa, exigiéndose no sólo que la oferta y la aceptación contengan los elementos necesarios para dar lugar al nacimiento de un contrato, sino que coincidan exactamente en todos sus términos, debiendo constar la voluntad de quedar obligados los contratantes, tanto por la oferta propuesta como por la aceptación correlativa de la misma.

DISTRIBUCIÓN

Sentencia del Tribunal Supremo de 10 de julio de 2006. Ponente: Excmo. Sra. D.^a Encarnación Roca Trías.—El presente litigio deriva de la resolución sin preaviso de un contrato verbal de distribución de prensa periódica. La recurrente y distribuidora demandó por daños y perjuicios a la editorial bajo el convencimiento de que a falta de regulación de este contrato, debía aplicarse la Ley 12/1992, de 27 de mayo, del Contrato de Agencia. Sin embargo, el Tribunal entiende que ambos contratos no pueden ser confundidos toda vez que el de agencia tiene por objeto la promoción de actos y operaciones de comercio y es básica la independencia del agente, mientras que en el contrato de distribución el concesionario actúa en su nombre y por cuenta propia, es decir, es un contrato no asociativo y por tanto la clientela no forma parte del patrimonio común. Por todo ello, desestima el recurso y declara que no procede la indemnización reclamada.



TRIBUNALES SUPERIORES DE JUSTICIA

TRIBUTOS

Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León de 28 de julio de 2006. Ponente: Ilma. Sra. D.^a Concepción García Vicario.—El presente litigio deriva de la sanción impuesta a la ahora recurrente por haberse deducido unas cantidades en la liquidación provisional girada por el Impuesto sobre Sociedades sin acreditar su procedencia. El Juzgador recuerda que la materia relativa a infracciones tributarias ha de resolverse desde la perspectiva de los principios de culpabilidad y tipicidad. Cuando la Ley haya establecido la obligación a cargo de los particulares de practicar operaciones de liquidación tributaria, la culpabilidad del sujeto infractor exige que tales operaciones no estén respondiendo a una interpretación razonable de la norma tributaria. Sin embargo, el Tribunal concluye que en el presente caso no estamos ante un supuesto de discrepancia razonable del criterio de la Administración, por lo que desestima el Recurso interpuesto.

LABORAL

Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Cantabria, de 30 de junio de 2006. Ponente: Ilma. Sra. D.^a Mercedes Sancha Saiz.—En el presente pleito, en el que hay una sucesión de procesos de incapacidad temporal, se plantea la cuestión de determinar el momento en el que ha de entenderse producido el hecho causante de la prestación de incapacidad temporal y en el que, en consecuencia, han de reunirse los requisitos precisos. El Tribunal, admitiendo el recurso presentado por el Instituto Nacional de la Seguridad Social y por la Tesorería General de la Seguridad Social, recuerda que es doctrina y jurisprudencia consolidada que cada recaída constituye un nuevo proceso que determinará la aplicación del régimen jurídico que en ese momento corresponda, siendo este mismo criterio aplicable cuando de lo que se trata es del cálculo de la base reguladora.

AUDIENCIAS PROVINCIALES

PROPIEDAD INTELECTUAL

Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid, de 12 de mayo de 2006. Ponente: Ilmo. Sr. D. Fénix Almazán Lafuente.—La parte apelante reclama la titularidad de los derechos de propiedad intelectual sobre un portal de Internet creado, supuestamente, en colaboración con otros autores. Sin embargo, el Tribunal, atendiendo a los hechos alegados por las partes, desestima el recurso, toda vez que entiende que para que una obra sea considerada en colaboración o colectiva la aportación de cada autor al resultado final ha de tener la suficiente entidad como para que cada una de dichas aportaciones puedan considerarse necesarias y decisivas, lo que no sucede en el presente caso.

Legislación Estatal

Materia	Legislación
Radio y Televisión	<p><i>Real Decreto 920/2006, de 28 de julio, por el que se aprueba el Reglamento general de prestación del servicio de difusión de radio y televisión por cable.</i>—La Disposición Adicional Décima de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, declara plenamente liberalizada la prestación del servicio de difusión de televisión por cable que dejaba de ser servicio público. El Reglamento que se aprueba mediante el presente Reglamento viene a dar cumplimiento a las previsiones regulatorias de la mencionada Disposición Adicional Décima, y al mismo tiempo convierte en efectiva la liberalización del servicio prevista por dicha disposición. Una de las novedades de este Real Decreto, es que el mismo obliga a los operadores nacionales en analógico a presentar un calendario de implantación de la tecnología digital que permita adelantar en determinadas áreas la fecha del cierre definitivo de las emisiones en analógico con el fin de facilitar la transición en la televisión de la tecnología analógica a la digital. B.O.E. núm. 210, de 2 de septiembre de 2006.</p>
Seguros	<p><i>Ley 26/2006, de 17 de julio, de mediación de seguros y reaseguros privados.</i>—La incorporación al ordenamiento jurídico español de la Directiva 2002/92/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de diciembre de 2002, sobre mediación en los seguros, que establece las bases para la armonización de esta actividad en la Unión Europea, exige introducir importantes modificaciones en la Ley 9/1992, de 30 de abril, de mediación en seguros privados. Entre las novedades principales de esta Ley se encuentra la obligación de registro de todas las personas que ejerzan la actividad de mediación de seguros y reaseguros privados, siempre que cumplan una serie de requisitos mínimos. Asimismo, en relación con la clientela que recurra a esta clase de servicios, se establecen obligaciones de información previa a la suscripción de un contrato de seguro, así como mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos entre los intermediarios de seguros y su clientela. B.O.E. núm. 170, de 18 de julio de 2006.</p>
Propiedad intelectual	<p><i>Ley 23/2006, de 7 de julio, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril.</i>—Como señala la Exposición de Motivos de la presente Ley, la actualización de la normativa española sobre propiedad intelectual ha sido impulsada por diversas Directivas comunitarias a través de las cuales se ha ido formando un auténtico derecho europeo de la propiedad intelectual. Entre estas normas se encuentra la Directiva 2001/29/C.E. del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información, incorporada al Derecho español por la Ley 23/2006. En ésta se clarifica el derecho de reproducción, incluyendo dentro de esta categoría todas aquellas formas en que el mismo puede manifestarse, incluyendo las reproducciones realizadas a través de sistemas digitales. B.O.E. núm. 162, de 8 de julio de 2006.</p>

**Entidades mercantiles**

Ley 13/2006, de 26 de mayo, por la que se deroga el régimen de enajenación de participaciones públicas en determinadas empresas establecido por la Ley 5/1995, de 23 de marzo de 1995 y sus disposiciones de desarrollo y ejecución.—La nueva normativa desactiva el sistema de controles públicos al que, hasta ahora, se sometía a las empresas que habían estado bajo el control de la Administración Pública y que entraron en proceso de privatización. A día de hoy la estabilidad de las empresas objeto de aquél está asegurada, de ahí que, como se ha dicho, se haya optado por suprimirlos. Se da así por concluido el período de transición a cuyo buen fin se ordenó la citada Ley 5/1995, de 23 de marzo, y por normalizada la situación de las empresas que tuvieron que pasar por la misma.
B.O.E. núm. 126, de 27 de mayo de 2006.

Principales normas de Derecho Comunitario incorporadas al Derecho Español

Materia**Norma****Medicamentos**

Ley 29/2006, de 26 de julio, de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.—A través de esta Ley se incorporan a nuestro ordenamiento jurídico la Directiva 2004/27/C.E. del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de marzo de 2004, que modifica la Directiva 2001/83/C.E., por la que se establece un código comunitario de medicamentos de uso humano. La experiencia derivada de la aplicación de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento, ha puesto de manifiesto la necesidad de ampliar y reforzar un sistema de garantías que gire en relación con la autorización del medicamento y la promoción del uso racional del mismo. En este sentido, la Ley considera necesario que la financiación selectiva y no indiscriminada de medicamentos se realice en función de la utilidad terapéutica de los mismos y de su necesidad para mejorar la salud de los ciudadanos. Se modifica también en esta Ley el sistema de precios de referencia para posibilitar los necesarios ahorros al Sistema Nacional de Salud.
B.O.E. núm. 178, de 27 de julio de 2006.

Medio ambiente

Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente.—La presente Ley incorpora la Directiva 2003/4/C.E., del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2003, sobre el acceso del público a la información ambiental y la Directiva 2003/35/C.E., del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, por la que se establecen medidas para la participación del público en determinados planes y programas relacionados con el medio ambiente. En virtud de esta Ley se obliga a las Administraciones Públicas a informar a los ciudadanos sobre los derechos que les reconoce la Ley y a ayudarles en la búsqueda de la información. Asimismo, se amplía significativamente la información que puede ser objeto de difusión, identificando unos mínimos de obligado cumplimiento en función de la importancia y urgencia de la información de que se trate.
B.O.E. núm. 171, de 19 de julio de 2006.

Normativa Autonómica

Materia

Norma

CANTABRIA

Estructuras comerciales

Ley 8/2006, de 27 de junio, de Estructuras Comerciales.—El objetivo fundamental de esta ley es adecuarse a la realidad social del momento presente y al interés general de Cantabria en el fomento del crecimiento y desarrollo económico de su autonomía. Mediante esta normativa se procede al levantamiento de la suspensión de los expedientes de concesión de licencias comerciales establecido por la ley de Cantabria 2/2001, de 11 de junio, de Ordenación Territorial y Régimen Urbanístico del Suelo. A lo largo de su desarrollo normativo se establecen las directrices precisas para adecuar los equipamientos comerciales de Cantabria a las necesidades de consumo de los ciudadanos, de manera que pueda conseguirse un equilibrio eficiente entre los derechos de libertad de empresa y la protección de consumidores y usuarios.

B.O.E. núm. 186, de 5 de agosto de 2006.

MADRID

Gas

Decreto 44/2006, de 18 mayo, por el que se regula el régimen económico de los derechos de alta y resto de costes a percibir por las empresas distribuidoras de gas natural canalizado.—A propuesta del Consejero de Economía e Innovación Tecnológica, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Gobierno, se establecen las condiciones comunes equiparables de venta de gas a los usuarios en lo que se refiere a las contraprestaciones económicas que las empresas distribuidoras pueden percibir por realizar el suministro. Todo ello dentro del marco liberalizador establecido en la Ley del Sector de Hidrocarburos y en tanto en cuanto subsista el régimen de tarifas máximas de venta de gas a los usuarios.

B.O. Comunidad de Madrid núm. 120, de 22 mayo de 2006.

ANDALUCÍA

Derecho de asociación

Ley 4/2006, de 23 de junio, de Asociaciones de Andalucía.—La presente ley pretende conjugar el ejercicio individual del derecho de asociación, como derecho de la ciudadanía en el ámbito de la vida social, y la configuración normativa de mecanismos de fortalecimiento de la estructura y capacidad de actuación de las asociaciones, como instrumento eficaz para la organización y participación civil. Así, entre otras medidas, establece que las asociaciones que sean declaradas de interés público de Andalucía disfrutarán de los beneficios fiscales, económicos y administrativos que en cada caso establezcan las leyes. Además, la citada ley apuesta por el uso de los sistemas informáticos y telemáticos en el tratamiento de los procedimientos registrales.

B.O.E. núm. 185, de 4 de agosto de 2006.

**CATALUÑA****Cajas de ahorros**

Ley 14/2006, de 27 de julio, de modificación del texto refundido de las Leyes 15/1985, de 1 de julio, 6/1989, de 25 de mayo, y 13/1993, de 25 de noviembre, de Cajas de ahorros de Cataluña, aprobado por el Decreto Legislativo 1/1994, de 6 de abril.—Estos preceptos, en conjunto, no alteran la articulación general de la ley de Cajas de Ahorros de Cataluña, sino que simplemente permiten su actualización en la dirección promovida por el propio Parlamento. Para afrontar dicha actualización normativa, la presente normativa establece algunas adaptaciones, como la inscripción en el registro público de la Generalidad de todos los cargos elegidos como miembros de los órganos de gobierno de las Cajas y el requerimiento de gestionar las entidades en coherencia con el principio de responsabilidad social de la empresa. A tal efecto establece unas directrices respecto a las fundaciones creadas al servicio de la obra social para, entre otros objetivos, reforzar la efectividad de la tarea orientadora que debe llevar el Gobierno en materia de obra social. Por último y como modificación significativa, se estipula que el régimen de duración de los cargos será de seis años y no de cuatro.

B.O.E. núm. 201, de 23 de agosto de 2006.

NAVARRA**Consumidores**

Ley 7/2006, de 20 de junio, de Defensa de los Consumidores y Usuarios.—Los aspectos mas significativos y novedosos de esta ley, dictada en el ejercicio de las competencias de desarrollo legislativo y ejecución en materia de defensa de consumidores y usuarios, son los introducidos en materia de medidas cautelares y en el ámbito sancionador. En lo que al primero se refiere se prevé la adopción de dichas medidas no sólo cuando exista grave riesgo para la salud o seguridad de los consumidores, sino también en el caso de que se vulneren de forma grave sus intereses. Respecto al ámbito del procedimiento sancionador, además de recoger una amplia enumeración de tipos infractores en atención al principio constitucional de tipicidad, establece la ponderación de la cuantía de las sanciones en función de la conducta infractora.

B.O.E. núm. 172, de 20 de julio de 2006.

Contratos públicos

Ley 6/2006, de 9 de junio, de Contratos Públicos.—Entre los objetivos principales que persigue esta normativa se encuentran la adaptación general de la legislación de contratos a la normativa comunitaria europea y la adaptación de la contratación a las peculiaridades de una Administración de menor tamaño que la Estatal. Por otro lado, pretende agilizar los procedimientos a través de la ampliación de los controles sustantivos y la reducción de los puramente formales, así como mediante la utilización de las nuevas tecnologías. Por último, con la aprobación de esta ley se reúne en un solo texto la normativa reguladora de la contratación de obras, suministros y asistencias de las Administraciones Públicas y de sus entidades instrumentales.

B.O.E. núm. 152, de 4 de julio de 2006.

Proyectos de Ley en tramitación

Materia	Norma
Competencia	<i>Proyecto de Ley de Defensa de la Competencia.</i> Presentado el 1 de septiembre de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Economía y Hacienda-Enmiendas.
Prelación de créditos	<i>Proyecto de Ley sobre concurrencia y prelación de créditos en caso de ejecuciones singulares.</i> Presentado el 26 de julio de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Justicia-Enmiendas.
Consumidores	<i>Proyecto de Ley sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores.</i> Presentado el 21 de julio de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Economía y Hacienda-Enmiendas.
Urbanismo	<i>Proyecto de Ley de Suelo.</i> Presentado el 14 de julio de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Fomento y Vivienda-Enmiendas.
Contratos públicos	<i>Proyecto de Ley de Contratos del Sector Público.</i> Presentado el 14 de julio de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Administraciones Públicas-Enmiendas.
Legislación mercantil en materia contable	<i>Proyecto de Ley de reforma y adaptación de legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional con base en la normativa de la Unión Europea.</i> Presentado el 5 de mayo de 2006, calificado el 9 de mayo de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Economía y Hacienda-Enmiendas.
Fraude fiscal	<i>Proyecto de Ley de medidas para la prevención del fraude fiscal.</i> Presentado el 13 de marzo de 2006, calificado el 21 de marzo de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Senado.
Sociedades profesionales	<i>Proyecto de Ley de sociedades profesionales.</i> Presentado el 1 de febrero de 2006, calificado el 7 de febrero de 2006. Autor: Gobierno. Situación Actual: Comisión de Justicia-Informe.



- Justicia** *Proyecto de Ley sobre el acceso a las profesiones de Abogado y Procurador de los Tribunales.* Presentado el 29 de diciembre de 2005, calificado el 24 de enero de 2006.
Autor: Gobierno.
Situación Actual: Senado.
- Trabajo** *Proyecto de Ley sobre implicación de los trabajadores en las sociedades anónimas y cooperativas europeas.* Presentado el 11 de noviembre de 2005, calificado el 22 de noviembre de 2005.
Autor: Gobierno.
Situación Actual: Senado.
- Electricidad** *Proyecto de Ley por la que se modifica la Ley 54/1997, de 27 de noviembre, del sector eléctrico, para adaptarla a lo dispuesto en la Directiva 2003/54/C.E. del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de junio de 2003, sobre normas comunes para el mercado interior de la electricidad.* Presentado el 1 de septiembre de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006.
Autor: Gobierno.
Situación Actual: Comisión de Industria, Turismo y Comercio-Enmiendas.
- Gas natural** *Proyecto de Ley por la que se modifica la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del sector de hidrocarburos, con el fin de adaptarla a lo dispuesto en la Directiva 2003/55/C.E. del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de junio de 2003, sobre normas comunes para el mercado interior del gas natural.* Presentado el 1 de septiembre de 2006, calificado el 5 de septiembre de 2006.
Autor: Gobierno.
Situación Actual: Comisión de Industria, Turismo y Comercio-Enmiendas.
-

BREVES

EL PAPEL LO AGUANTA TODO

En un escrito procesal presentado en el seno de un procedimiento civil, la parte demandada realizó las siguientes afirmaciones, que se transcriben de forma completamente literal:

«Aquella causa de recusación han sido diversas anteriores y posteriores a la designación y posteriores a la misma y anteriores a la designación del dictamen, con independencia del recurso pendiente...»

A fecha de hoy ignoramos cuál ha sido el resultado del pleito y la suerte de la afirmación que ha sido transcrita.

Perfiles

RAÚL TENÉS ITURRI

(IberForo-San Sebastián)

Licenciado en Derecho por la Universidad del País Vasco, Diplomado en Derecho Comunitario (U.P.V./E.H.U.) y Experto Internacional en Relaciones Industriales por la Universidad de Alcalá de Henares, ha compatibilizado desde 1992 el ejercicio libre de la abogacía con la docencia en la Facultad de Derecho de San Sebastián como Profesor Asociado del Departamento de Derecho de la Empresa. En 1997 se incorpora como socio al Despacho Sunion Iberforo de San Sebastián, donde se ha especializado en el asesoramiento y litigios en materia de contratos y responsabilidad empresarial y, en general, en materias propias de derecho mercantil y de la contratación internacional.



- P.—Según tenemos entendido, en los últimos años se han producido importantes modificaciones legales en materia de responsabilidad de administradores de sociedades mercantiles.**
- R.—**Cierto, se han producido cambios interesantes tanto en materia de responsabilidades como en materia de deberes, dándose contenido legal a los tradicionales deberes de lealtad y diligente administración e incorporando además otros deberes inherentes al ejercicio del cargo que de esta forma han adquirido autonomía y sustantividad propia, como es el caso de los deberes de secreto y fidelidad al interés social.
- P.—¿Supone un cambio tan esencial como se comenta?**
- R.—**Supone básicamente incorporar a la norma deberes de configuración jurisprudencial, así como trasladar al conjunto de sociedades de capital los principios de actuación que desde hace años presiden los códigos de buen gobierno de las principales sociedades cotizadas.
- P.—¿El régimen de responsabilidad se ha endurecido o suavizado?**
- R.—**Creo que, en cierto modo, se ha racionalizado, lo que no es poco dados los antecedentes y el resultado, muchas veces indeseado, del régimen de responsabilidad legal introducido en 1989, cuya aplicación suscitó un temor generalizado a las consecuencias del cargo que, en ocasiones, determinó la negativa de los más capacitados para asumirlo, así como el recurso a personas físicas o jurídicas interpuestas para eludir la responsabilidad de aquéllos. El legislador ha reaccionado incluyendo la figura del administrador de hecho y, más recientemente, suavizando la extensión de la responsabilidad de los administradores que incumplan los deberes a su cargo cuando concurre una causa legal de disolución, que anteriormente se extendía a todas las deudas sociales sin limitación y que ahora queda limitada exclusivamente a las deudas nacidas con posterioridad a la concurrencia de la causa.
- P.—¿Y cómo puede el tercero demostrar en juicio si la deuda reclamada es anterior o posterior?**
- R.—**No tiene que hacerlo, aunque sí debería analizarlo antes de presentar su demanda para evitar ser condenado en costas. La ley establece una presunción a favor del demandante que admite prueba en contrario por parte de los administradores demandados, los cuales tienen a su alcance la posibilidad de acreditar lo contrario.
- P.—¿Cree que con esto se evitará definitivamente que se produzcan situaciones abusivas derivadas de la aplicación del régimen de responsabilidad de los administradores sociales?**
- R.—**No, no lo creo. Se trata de un avance, pero siguen existiendo situaciones proclives al abuso, como ocurre en el caso de los administradores destituidos cuyo cese carece de constancia registral por causa imputable a los administradores que les han sucedido en el cargo. En estos supuestos se han producido declaraciones de responsabilidad en base exclusivamente a los principios de apariencia registral y protección de terceros de buena fe que, a mi entender, en ningún caso son susceptibles de amparar la condena de quien demuestra que en el momento de suceder los hechos ya no ocupaba el cargo.

ALBACETE

DESPACHO DE ABOGADOS BELLO
C/ Marqués de Molins, 7, 4.º - 02001 ALBACETE
Teléfono: 967 21 66 21 - Fax: 967 52 18 24
E-mail: belloabogados@belloabogados.com

ALICANTE

CECILIO GOMEZ ALONSO, ABOGADO
C/ Churruga, 31, 1.º C - 03003 ALICANTE
Teléfonos: 965 92 51 71 / 965 12 47 33 - Fax: 96 512 47 33
E-mail: ceciliogomez@iberforo.net

ALMERIA

LUIS DURBAN Y JOSE VALVERDE, ABOGADOS
C/ Jesús Durban, 2, 2.º - Centro Residencial Oliveros
04004 ALMERIA
Teléfonos: 950 23 35 22 / 950 23 47 60 - Fax: 950 23 17 14
E-mail: ldurban@ncs.es

BALEARES

IBERFORO BALEARES ABOGADOS
Plaza Santa Eulalia, 5, 1.º - 07001 PALMA DE MALLORCA
Teléfono: 971 72 47 35 - Fax: 971 72 47 36
(Despachos en Ibiza y Menorca)
E-mail: srodriguezmda@iberforobaleares.com

BARCELONA

TODA, NEL-LO & ASOCIADOS, ABOGADOS
Avda. Diagonal, 497, 1.º - 08029 BARCELONA
Teléfono: 93 363 40 00 - Fax: 93 363 40 01
E-mail: barcelona@iberforo.es

BILBAO

ESTUDIO JURIDICO BUSTAMANTE, S.L.
C/ Ercilla, 16, 3.º - 48009 BILBAO
Teléfono: 94 424 26 00 - Fax: 94 423 99 05
E-mail: despacho@bustamanteabogados.com

BURGOS

PEDRO GARCIA ROMERA
Avda. Reyes Católicos, 10, 4.º C - 09004 BURGOS
Teléfono: 947 27 46 12 - Fax: 947 27 77 76
E-mail: iberforoburgos@csa.es

CÁCERES

SERVICIOS JURIDICOS
Avda. Primo de Rivera, 1, 3.º - 10001 CACERES
Teléfono: 927 21 38 53 - Fax: 927 21 38 53

CADIZ

JOSE CARLOS GARCIA SOLANO
Avda. Fernández Ladreda, 9, portal 1, 6.º A - 11006 CADIZ
Teléfono: 956 27 53 11 - Fax: 956 28 84 61
E-mail: abogados@garciasolano.com

CASTELLON

LAHIGUERA, CLIMENT, DE VICENTE, ABOGADOS
C/ Ramón Llull, 37, entresuelo - 12005 CASTELLON
Teléfono: 964 22 87 19 - Fax: 964 20 21 88
E-mail: iberforocastellon@yahoo.es

CEUTA

BUFETE VALRIBERAS ABOGADOS Y ECONOMISTAS
Paseo del Revellin, 1, 2.º E - 51001 CEUTA
Teléfonos: 956 51 23 16 / 956 51 92 22 - Fax: 956 51 16 48
E-mail: ceuta@valriberas@telefonica.net

CIUDAD REAL

OBEJO - ABOGADOS
C/ Carlos Vázquez, 6, 6.º B - 13001 CIUDAD REAL
Teléfono: 926 22 31 04 - Fax: 926 22 97 10
E-mail: ciudadreal@iberforo.net

CORDOBA

PARDO Y ASOCIADOS, ABOGADOS
Avda. Gran Capitán, 21, 1.º-3.º - 14008 CORDOBA
Teléfono: 957 49 85 40 - Fax: 957 49 60 34
E-mail: despacho@mpardoabogados.com

GRANADA

BUFETE R. LOPEZ CANTAL ABOGADOS ASOCIADOS, S.L.
C/ San Juan de Dios, 49, 1.º - 18001 GRANADA
Teléfono: 958 80 41 41 - Fax: 958 80 61 61
E-mail: lopezcantal@bufeteric.com

GUADALAJARA

IRIZAR ABOGADOS
Pza. Capitán Boixareu Rivera, 24, 1.º D - 19001 GUADALAJARA
Teléfono: 949 21 17 63 - Fax: 949 21 72 63
E-mail: guadalajara.iberforo@teleline.es

HUESCA

DESPACHO TORRENTE, S.L.
Avda. Martínez de Velasco, 1, 1.º B - 22005 HUESCA
Teléfonos: 974 21 07 38 / 974 21 07 68 / 974 21 07 98
Fax: 974 21 00 41
E-mail: rtorrente@despachotorrente.com

JAEN

FRANCISCO JAVIER CARAZO CARAZO
C/ Arquitecto Bergés, 24 bis - 23007 JAEN
Teléfono: 953 25 87 40 - Fax: 953 25 87 40
E-mail: javiercarazo@telefonica.net

LA CORUÑA

BUFETE CARLOS MARTINEZ Y ASOCIADOS, S.C.
Avda. de Arteijo, 19, 1.º - 15004 LA CORUÑA
Teléfono: 981 25 03 44 - Fax: 981 27 00 25
E-mail: lacoruña@iberforo.es

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

JOAQUÍN ESPINOSA BOISSIER
C/ Primero de Mayo, 39, 1.º
35002 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
Teléfono: 928 37 11 92 - Fax: 928 36 83 42
E-mail: jespinosaboissierabogados@teleline.es

LEON

MORATILLA ABOGADOS, C.B.
C/ Gran Vía de San Marcos, 7, 5º B - 24001 LEON
Teléfono: 987 208 717 - Fax: 987 209 262
E-mail: moratilla@moratilla.e.telefonica.net

LOGROÑO-LA RIOJA

SORIANO Y ZUECO ABOGADOS, S.L.
C/ Gran Vía, 7, 4.º planta - 26002 LOGROÑO
Teléfono: 941 22 15 34 - Fax: 941 24 49 03
E-mail: sorianozueco@fer.es

MADRID

ALZAGA, G. PALENCIA, G. DE MERCADO & ASOCIADOS,
ABOGADOS
C/ Marqués de Cubas, 6 - 28014 MADRID
Teléfono: 91 360 51 83
Fax: 91 521 54 26 / 91 521 87 82 / 91 523 07 91
E-mail: madrid@iberforo.net

MALAGA

DESPACHO JUAN GARCIA ALARCON
C/ Alameda Principal, 6, 4.º izqda. - 29005 MALAGA
Teléfonos: 95 221 10 53 / 95 221 10 64 - Fax: 95 221 51 04
E-mail: garci079@aranzadi.es

MARBELLA

DESPACHO JUAN GARCIA ALARCON
C/ María Auxiliadora, 2 A - 29600 MARBELLA
Teléfonos: 95 282 19 60 - Fax: 95 221 51 04
E-mail: garci079@aranzadi.es

MURCIA

ANTONIO GARCIA RUIZ - ANTONIO GARCIA MONTES, ABOGADOS
Plaza Carlos III, 1, Edificio Wellington, 4.º A - 30008 MURCIA
Teléfonos: 968 21 23 60 / 968 21 16 66 - Fax: 968 21 66 50
E-mail: garciamontes@infonegocio.com

NAVARRA

MARTINEZ MERINO ESPARZA, ABOGADOS ASOCIADOS
P.º José María Lacarra, 3, entreplanta. Oficina
31008 PAMPLONA
Teléfonos: 948 27 05 59 / 948 26 59 60 - Fax: 948 27 04 51
E-mail: info@martinezmerino.com

OVIEDO-ASTURIAS

PRIETO VALIENTE ABOGADOS, C.B.
C/ Marqués de la Vega de Anzo, 1, 2.º dcha. - 33007 OVIEDO
Teléfonos: 98 522 28 58 / 98 522 28 59 - Fax: 98 521 33 70
E-mail: Asturias@iberforo.es

SAN SEBASTIAN

SUNION CONSULTORES, S.L.
Plaza del Txofre, 18, bajo - 20001 SAN SEBASTIAN-DONOSTIA
Teléfono: 943 322 410 - Fax: 943 27 95 65
E-mail: sunion1@sunion.es

SANTANDER-CANTABRIA

RODRIGUEZ MARTINEZ & ABOGADOS
C/ Emilio Pino, 6, 1.º - 39002 SANTANDER
Teléfonos: 942 21 47 50 / 942 22 80 30 - Fax: 942 31 46 16
E-mail: jar@joseantoniorodriguez.com

SEVILLA

LIBERATO MARIÑO DOMÍNGUEZ Y
EMILIO ALEGRE MACÍAS, ABOGADOS
C/ San Juan de Dios, 2, 1.º A - 41005 SEVILLA
Teléfono: 95 463 67 18 - Fax: 95 464 80 78
E-mail: despacholmd@lmd.e.telefonica.net

TOLEDO

BUFETE SANCHEZ GARRIDO, JUAREZ & ASOCIADOS, S.L.
Callejón del Lucio, 5, 2.º - 45001 TOLEDO
Teléfonos: 925 21 51 74 / 925 21 54 09 - Fax: 925 22 04 95
E-mail: toledo@iberforo.net

VALENCIA

AZPITARTE ABOGADOS
C/ Gregorio Mayans, 3, 2.º-5 - 46005 VALENCIA
Teléfonos: 96 334 32 07 / 96 334 35 27 - Fax: 96 334 37 48
E-mail: iberforovalencia@azpitararte.com

VALLADOLID

GOMEZ-ESCOLAR ABOGADOS
C/ Santiago 19, 3.º C - 47001 VALLADOLID
Teléfonos: 983 34 08 11 / 629 50 33 18 - Fax: 983 34 07 33
E-mail: gomezescolar@vasertel.es

VIGO

VINDEX ABOGADOS ASOCIADOS
C/ Marqués de Valladares, 31, 1.º - 36201 VIGO (PONTEVEDRA)
Teléfonos: 986 43 71 22 / 986 43 66 65 - Fax: 986 43 27 95
E-mail: administracion@vindexabogados.com

VITORIA

CAREAGA & ESCUDERO ABOGADOS, S.L.
C/ Adriano VI, 13, bajo - 01008 VITORIA (Alava)
Teléfono: 945 13 11 90 - Fax: 945 13 50 43
E-mail: abogados@careaga-escudero.com

ZARAGOZA

GOMEZ DE LAS ROCES Y ASOCIADOS
Paseo Pamplona, 4-6, 8.º A - 50004 ZARAGOZA
Teléfono: 976 23 13 63 - Fax: 976 30 20 58
E-mail: gomezdelasroces@reicaz.com

SERVICIOS LEGALES

⇒ *Derecho Mercantil y Societario*
⇒ *Fusiones y Adquisiciones*
⇒ *Derecho Bancario y Bursátil*
⇒ *Derecho Concursal*
⇒ *Derecho Procesal Civil y Penal*

⇒ *Arbitraje*
⇒ *Derecho Constitucional*
⇒ *Derecho Administrativo*
⇒ *Derecho del Medio Ambiente*
⇒ *Derecho Urbanístico*

⇒ *Derecho Inmobiliario Registral*
⇒ *Derecho Tributario*
⇒ *Derecho Laboral*
⇒ *Derecho Internacional*
⇒ *Derecho Comunitario*

⇒ *Derecho de la Competencia*
⇒ *Telecomunicaciones*
⇒ *Propiedad Industrial e Intelectual*
⇒ *Derecho Informático*
⇒ *Protección de Datos*