

DR 22 23

Asignatura Derecho Mercantil I, título Obligaciones Profesionales del Empresario, número del guión octavo, autor María Ángeles Calzada Conde, día de emisión 14 de noviembre del 79. Según decíamos en la emisión de la semana pasada, corresponde hoy dedicar este espacio al tema octavo del programa referente a las obligaciones profesionales del empresario, haciendo, como es habitual, una breve referencia a algunos puntos concretos del mismo. Con este tema se entra ya en el estudio del estatuto jurídico del empresario.

El empresario mercantil es un sujeto sometido a un especial régimen jurídico distinto de los restantes sujetos sometidos al derecho privado. El ordenamiento jurídico le atribuye, en efecto, un estatus especial que se justifica fundamentalmente por el hecho de que el empresario mercantil realiza en masa una actividad económica profesional y porque los terceros que con él se relacionan para hacer posible esa actividad y el crédito ajeno pueden verse afectados por el resultado adverso de su explotación. Ese estatus especial del empresario se integra por una serie de derechos y obligaciones y estas obligaciones son fundamentalmente dos, la inscripción en el registro mercantil y la llevanza de contabilidad.

Voy a referirme, pues, a algunos puntos concretos relativos a cada una de esas obligaciones. La inscripción en el registro mercantil. La razón de ser de esta obligación en los términos y con los efectos que luego veremos radica en que la extraordinaria importancia de la actividad empresarial exige rodearla de una cumplida publicidad.

Para ello existen diversos medios de publicidad Boletín Oficial del Estado, Boletín de la Propiedad Industrial, Boletín del Registro Mercantil, así como diversos registros abiertos a los empresarios y al conocimiento de los terceros. Pero el instrumento típico y más importante de la publicidad es el registro mercantil regulado en los artículos 16 y siguientes del Código de Comercio y por el Reglamento del Registro Mercantil de 14 de diciembre de 1956. El registro mercantil es, pues, un instrumento de publicidad legal, es decir, un medio para que determinadas situaciones jurídicas se consideren conocidas o desconocidas por los terceros según estén o no inscritas en él.

Como decíamos, una de las obligaciones profesionales del empresario es la de la inscripción en el registro mercantil. Ello no significa, sin embargo, que todo empresario esté obligado a inscribirse. En efecto, según se establece en el artículo 17 del Código de Comercio, para los empresarios mercantiles individuales la inscripción en el registro mercantil es potestativa, salvo que se trate de un empresario de la navegación, ya que en este mismo artículo se dispone que la inscripción sí que será obligatoria para el naviero.

Ahora bien, los empresarios mercantiles individuales que no se inscriban no podrán pedir la inscripción de ningún documento ni aprovecharse de los efectos favorables que produce la publicidad del registro mercantil. Verá este respecto el artículo 18 del Código de Comercio. La inscripción es, por el contrario, obligatoria, además de para el naviero, como se decía, para las

sociedades.

Interesa destacar, por otro lado, ciertas cuestiones relacionadas con los principios básicos de la publicidad registral y la eficacia de la inscripción, materia para cuyo estudio deben tener en cuenta, ante todo, que, como se señala en la adenda de este curso, la remisión que en las unidades didácticas se hace al libro de referencia está mal formulada, tal remisión debe entenderse hecha a los números 90 a 95 y 97 de dicho libro. Repito, a los números 90 a 95 y 97 de dicho libro. Pues bien, en relación con esta materia, es preciso que ustedes tengan una idea clara sobre los efectos de la inscripción frente a terceros.

La publicidad registral se rige por una serie de principios entre los que se encuentran el principio de publicidad formal y el principio de publicidad material, que no cabe confundir. El principio de publicidad formal significa que el registro mercantil es público, estando abierto a todos. El principio de publicidad material tiene, a su vez, una doble faceta que conviene distinguir claramente.

En efecto, la publicidad que procura el registro se rige por el denominado principio de la publicidad material positiva y negativa. En virtud de la primera, publicidad material positiva, se presume que el contenido de los libros del registro es conocido de todos y no podrá invocarse su ignorancia. En virtud de la segunda, publicidad material negativa, los documentos sujetos a inscripción y no inscritos no producirán efectos frente a terceros.

Todo ello según se establece en el artículo segundo del reglamento del registro mercantil. En definitiva, ningún tercero podrá alegar que desconoce un acto inscrito, ni ningún empresario podrá invocar en perjuicio de tercero un acto que, estando sujeto a inscripción, no ha sido inscrito. Este principio tiene, pues, una gran trascendencia en cuanto determina los efectos de la inscripción frente a terceros.

Recuerden ustedes a este respecto lo que en la pasada emisión señalábamos a propósito de las limitaciones al ámbito de apoderamiento del factor. Veíamos entonces cómo, en virtud precisamente del principio de publicidad material positiva, de que el acto inscrito se presume conocido de todos, las limitaciones al poder del factor que consten en el registro mercantil serán oponibles a terceros desde la fecha de inscripción. Pasamos ahora a hacer una breve referencia a la obligación del empresario consistente en la enllevanza de contabilidad.

A este respecto hay que tener en cuenta en primer término la distinción entre la contabilidad en sentido material que atiende a la valoración jurídica del balance y la contabilidad en sentido formal, que es a la que ahora nos referiremos, y que se limita a determinar qué libros habrá que llevar, cómo deben llevarse y el valor probatorio de sus asientos. Esta materia se encuentra regulada en los artículos 33 y siguientes del Código de Comercio. El Código de Comercio ordena a todo comerciante la enllevanza de una contabilidad ordenada y adecuada a su actividad mercantil.

Esta obligación de contabilidad es el reconocimiento legal de una práctica usual entre

comerciantes. Obligación impuesta en atención no sólo al interés del propio empresario, sino al de los terceros acreedores que se relacionan con él, concediéndole crédito, generalmente sin más garantía que la de una administración ordenada. En concreto, el Código de Comercio establece unos libros obligatorios para todos los empresarios, Libro de Inventarios y Balances y Libro Diario, y otros obligatorios sólo para determinados empresarios, como es el Libro de Actas, que habrán de llevar necesariamente todas las sociedades.

Verá al respecto el artículo 17 del Código de Comercio. Junto a estos libros obligatorios están los facultativos o potestativos que el empresario puede llevar voluntariamente porque los considere convenientes. El Código de Comercio regula, además, la forma en que los libros anden llevarse.

Hay que tener presente que existen sanciones indirectas para el incumplimiento de esta obligación de contabilidad, pues se considerará fraudulenta la quiebra del empresario que no el lleve contabilidad, ver el artículo 890, número tercero del Código de Comercio, y culpable la de quien llevándola comete en ella graves irregularidades, ver el artículo 889, párrafo primero del Código de Comercio. Por otro lado, es importante tener en cuenta que el valor probatorio de los libros será apreciado por los tribunales con arreglo a las reglas generales del derecho según se establece en el artículo 47 del Código de Comercio. Por último, es preciso que ustedes tengan en cuenta lo señalado en la adenda número 1 del presente curso en relación con la verificación y regularización de balances para el estudio de este tema.

La próxima emisión la dedicaremos al tema noveno del programa referente a la regulación jurídica de la competencia.