

Informe de Investigación

Título: La Razón y la Denominación Social

Rama del Derecho: Derecho Comercial.	Descriptor: Sociedades Mercantiles.
Tipo de investigación: Compuesta.	Palabras clave: Razón Social, Denominación Social, Antecedentes históricos, naturaleza jurídica, Sociedad Colectiva, Sociedad en Comandita, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima.
Fuentes: Doctrina y Normativa.	Fecha de elaboración: 01 – 2011.

Índice de contenido de la Investigación

1 Resumen.....	2
2 Doctrina	2
a) DE LA RAZÓN Y DENOMINACIÓN SOCIAL.....	2
LA RAZÓN SOCIAL.....	2
Origen y naturaleza jurídica.....	3
A. Antecedentes Históricos.....	3
B. Naturaleza Jurídica y Características.....	5
Regulación actual y consecuencias jurídicas.....	6
A. Regulación actual.....	6
1. Empresa individual de responsabilidad limitada.....	6
2. Sociedad Colectiva.....	7
3. Sociedad en Comandita.....	8
4. Sociedad de responsabilidad limitada.....	8
5. Sociedad Anónima.....	8
B. Efectos y consecuencias Jurídicas.....	9
1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.....	10
2. Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita.....	10
3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	11
4. Sociedad Anónima.....	11
LA DENOMINACIÓN SOCIAL.....	12
Origen y naturaleza jurídica.....	12
A. Antecedentes Históricos.....	12
B. Naturaleza Jurídica y características.....	14
Regulación actual y sus consecuencias jurídicas.....	15
A. Regulación actual.....	16
1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.....	16
2. Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita.....	16



3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	16
4. Sociedad Anónima.....	17
B. Efectos y consecuencias Jurídicas.....	18
1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.....	18
2. Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita.....	18
3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	18
4. Sociedad Anónima.....	19
b) Delimitación conceptual y funcional de la denominación social.....	20
Delimitación conceptual.....	20
c) Las funciones de la denominación social.....	23
1. LOS MEDIOS DE IDENTIFICACIÓN EN GENERAL.....	23
2. LOS MEDIOS IDENTIFICADORES DE LAS SOCIEDADES.....	24
3. OBLIGATORIEDAD DE LA DENOMINACIÓN SOCIAL.....	24
4. LA UNIDAD Y LA EXCLUSIVIDAD DE LA DENOMINACIÓN.....	25
5. FUNCIONES.....	26
6. DENOMINACIÓN SOCIAL Y NOMBRE COMERCIAL.....	27

1 Resumen

En el presente informe se tratan los temas de la razón social y la denominación social, mediante tres diferentes textos se explican por medio de doctrina parte del desarrollo de ambas figuras acentuándose en el tema de la denominación.

2 Doctrina

a) *DE LA RAZÓN Y DENOMINACIÓN SOCIAL.*

[Álvarez]¹

LA RAZÓN SOCIAL.

Según la define Cabanellas, razón social es: “En el derecho mercantil, nombre o denominación con que son designadas o conocidas las compañías o sociedades. ... Consiste en yuxtaponer los nombres de dos o más socios. ... La razón social debe constar en la escritura social; y si contiene el nombre de un socio, basta ello para su responsabilidad por todas las obligaciones de la sociedad contraídas bajo la firma social”.

Sin embargo, como veremos en páginas siguientes, para cada tipo de sociedad existen particularidades con respecto a su nombre social, ya sea que utilicen razón o denominación social.

Origen y naturaleza jurídica.

A. Antecedentes Históricos.

El concepto de personalidad moral, tal cual lo conocemos en la actualidad, es obra de la antigua Roma, de la Iglesia Cristiana y del derecho germánico antiguo y moderno. El derecho romano clásico elaboró la noción de la *Universitas*, la Iglesia Cristiana de la época imperial y la Edad Media construyó la teoría del patrimonio autónomo afectado a la realización de un fin ideal o sea la personalidad jurídica de la fundación y la Alemania moderna ha hecho los más finos análisis de la idea romana y de la idea cristiana y ha entresacado del seno de los textos del Cuerpo del Derecho Civil, de las doctrinas jurídicas eclesiásticas y de la contextura de las primitivas asociaciones germánicas, las teorías actuales acerca de la personalidad moral.

Con la aparición de hecho de las primeras sociedades de personas surge el concepto de "Razón social", el cual según Messineo, se define como: "el nombre social en el cual se utiliza el nombre o parte del nombre de uno o varios de los socios". Concretamente, la sociedad Colectiva opera bajo una "razón social", o sea, implica que el nombre patronímico de uno o más socios debe figurar, ante todo, en el acto constitutivo, y , después, en toda manifestación de actividad social, acompañado de la indicación de que se trata de relación social.

Las sociedades de personas (Colectiva, en primer término y en Comandita, que aparece después) utilizan para identificarse, el nombre o parte del nombre de uno o varios socios que prestan su nombre para que figure en la razón social. La importancia de esta práctica en este tipo de sociedad, estriba en el carácter personal de la misma, ya que cada socio responde con sus bienes, por cualquier acción realizada a nombre de la sociedad, en perjuicio de terceros.

En la *sacates* romana no existía la figura de la solidaridad de los socios ante las obligaciones sociales; no se concebía tampoco un mandato recíproco, ni el mandatario podía contratar por otros; sólo podía hacerlo en nombre propio. Tampoco podía comprometerse por la sociedad.

Sobre la introducción del principio de solidaridad las conjeturas de los historiadores son diversas. Se considera que esta medida se alcanzó en algunas regiones de Italia, en las relaciones comerciales, por la comunidad de bienes y de débitos de origen general en la primitiva economía familiar, pero que, sobre todo, ha tenido sus raíces en el uso general del pacto de responsabilidad solidaria. Arcangeli, citado por Brunetti, cree que mediante la sanción de la responsabilidad ilimitada y solidaria, por una parte se ponía a los socios un incentivo para que se dedicaran con todas sus fuerzas y con absoluta honestidad al tráfico preestablecido, evitando así el fracaso de la sociedad; y por otra parte, se inducía a los terceros, tranquilizados por la mayor garantía, a conceder a la sociedad una más completa confianza. Este concepto que en algunos estatutos de ciudades italianas del siglo XIV se indica como regulador de las relaciones externas de la compañía, encuentra su justificación en el sistema de patrimonio de "mano común" que refleja su autonomía en el ámbito de la responsabilidad por las obligaciones sociales.



Considerando que el patrimonio de la compañía está formado de la misma manera que el patrimonio familiar, sin exterior reparto de cuotas, su separación del patrimonio particular de los socios, y también la separación de los débitos de éstos de los de la sociedad, se consigue con el uso del *signum societatis*, es decir, con la identificación de la empresa, mediante la llamada razón social. Cuando la sociedad de artesanos estipula, para su oficina o para su tienda; la sociedad manufacturera para su almacén, cuando en general, el local de la hacienda constituye el punto de partida, entonces la sociedad comercial aparece en las relaciones de negocio como una unidad bajo el distintivo ideal del nombre social, esto es, bajo el nombre civil de uno o más socios, generalmente del fundador o fundadores de la "hacienda" unido a la fórmula "y compañeros" y su compañía o parecidas y con esta fórmula no es necesario nombrar los restantes. En ninguna época se encuentra en la práctica del derecho comercial de los pueblos latinos una duda sobre la facultad de contratar en pro y contra de los restantes (designados nominalmente y con la fórmula abreviada), tanto si el contratante es socio como si es factor de la sociedad: la representación de la sociedad a diferencia del derecho romano y germánico antiguo, está plenamente reconocida. Quienes sean estos socios, sobreentendidos con la fórmula abreviada, resulta del hecho del ejercicio común de la hacienda, de la notoriedad y, en caso de duda, de la titulación de los libros comerciales. Todos están de acuerdo en considerar que en la razón social está la esencia de la sociedad de nombre colectivo.

La compañía fraternal, llamada posteriormente sociedad de nombre colectivo (en Francia también sociedad general o libre), se ha distinguido siempre de la sociedad civil por la característica de la "razón social". Puede decirse que el principio de la solidaridad por las obligaciones sociales está íntimamente ligado con ella. La razón social es el medio por el que la sociedad se anuncia al público, su símbolo, el nombre por el que esta entidad jurídica se distingue de sus componentes, tomados individualmente.

La fórmula de la razón social es normalmente la del nombre de un socio con el añadido "y Compañía" o "y compañeros", pero no es una fórmula sacramental, cualquier enunciación que sirviera para indicar la comunidad del vínculo respondía al fin. La costumbre se mantiene sin alteración a través de los siglos en cuanto a la regla de la solidaridad pasiva de todos los socios. El principio de la solidaridad pasiva, a través de la práctica secular, penetró también en la sociedad comercial de responsabilidad ilimitada italiana y su reconocimiento oficial se dio en la Ordenanza del Comercio de 1673, que lo contemplaba en el artículo 7 de su título IV. Con esta regla, que es una precisa afirmación de la fuerza vinculativa de la firma mediante la razón social, la institución, que había ya alcanzado su plena madurez, pasó a los artículos 20 y 22 del Código de Napoleón.

Por su parte, la sociedad en comandita aparece en el período final de la Edad Media, en Italia, como una derivación de la antigua *commenda* (nacida en los albores del medioevo), que procediendo del comercio marítimo incursionó en el terrestre.

También la sociedad en comandita actúa bajo una razón social constituida por el nombre de por lo menos uno de los socios colectivos y ha de expresar, su cualidad de sociedad en comandita.

Durante los siglos XVIII y XIX surge y se consolida el fenómeno del "maquinismo e industrialismo"; el cual, marca una etapa extremadamente importante en el desarrollo de la empresa o sociedad comercial ya que introduce una modificación sustancial dentro del proceso económico a nivel mundial. Aparecen las máquinas, se inician los sistemas de producción en serie. Se sustituye el proceso de producción que hasta ese momento es básicamente manual (o artesanal), por un sistema de producción industrial, concentrado en lo que serían las fábricas.



El desarrollo del maquinismo básicamente se produjo en dos vías, ambas en el área textil: a) la maquinización de las actividades textiles mediante la invención de aparatos que permitieron la confección de telas con mayor rapidez y mejores características, y b) la creación de la máquina de vapor que implicaba la posibilidad de sustituir con grandes ventajas, la fuerza de trabajo humano.

No obstante, por la imposibilidad de trasladar estas máquinas, surge la idea de la fábrica, que no es otra cosa que la concentración en un solo lugar, de todas las máquinas necesarias para efectuar la producción correspondiente. Se ve en la práctica lo que es la realización de una actividad dentro de la cual la organización es fundamental. Nace la verdadera empresa económica. El mercado modela la producción, o sea, se produce lo que el mercado necesita. Ya no basta la figura del mercader, se hace necesario crear toda una organización dentro de lo que empieza a ser la empresa para poder hacer que ésta efectivamente funcione. Surge la necesidad de organizar el trabajo, organizar el capital y organizar la relación entre ambos. Aquí se pone en vigencia el método de producción o realización de la actividad económica por medio del organismo de la empresa, que era desconocida hasta entonces. Se concibe la actividad productiva desde un punto de vista de la empresa es decir, de organización de los factores de la producción, lo que conlleva al fenómeno de la producción en masa.

El fenómeno del industrialismo y la relación producción-mercado, desarrollan otra derivación de éstos: la propaganda. Por medio de ésta, se induce a los receptores de la misma a sentir la necesidad de adquirir determinados productos, para lo cual, se comienza a identificar el producto con la persona que lo fabrica, así como con la utilización de una marca determinada.

Haciendo un primer resumen, podemos decir que con el advenimiento del maquinismo y el industrialismo, toman plena vigencia dos conceptos básicos sobre los cuales hemos venido tratando: Primero: el nombre social, y segundo: el nombre comercial. Ambos son conceptos diferentes pero que en la práctica se confunden muchas veces. El nombre comercial a su vez se subdivide en: razón social y denominación social. Como ya hemos visto, la razón social fue la que primeramente se utilizó en las sociedades de personas ya que inicialmente no existía la empresa, sino una persona física que realizaba cierta actividad comercial o prestaba un determinado servicio. Posteriormente se crea la figura de la persona moral o jurídica para facilitar el funcionamiento de la unidad económica que en la práctica ya funcionaba y los distintos ordenamientos comienzan a regular al respecto, dándole cabida a nivel de legislación comercial. La sociedad o empresa evoluciona desde las de personas (Colectiva y en Comandita) hasta llegar a las sociedades hoy conocidas como "de capital" (Limitada y Anónima).

B. Naturaleza Jurídica y Características.

Las cosas, como "porciones de materia definidas en su entidad" tienen ciertas características: son en primer lugar susceptibles de apropiación; revisten una utilidad económica y tienen una existencia autónoma. Las cosas son bienes cuando tienen estas características y los bienes tales cuando tienen estas características. Los bienes en general son objeto de derecho. Las cosas son objeto de derecho cuando son bienes, es decir, cuando tienen las características apuntadas.

En el derecho mercantil, al igual que se ha hecho con el concepto persona, se observan y afirman estos elementos (existencia autónoma, utilidad económica y susceptibilidad de apropiación) se pueden encontrar en entidades ideales -y en el sentido de no materiales- y en consecuencia debemos darles la categoría de bienes a esas entidades ideales.



Como ente debemos entender todo aquello que se puede identificar otológicamente: el ser. En principio, nos estamos refiriendo a un concepto abstracto y debemos entenderlo como tal.

El derecho comercial ha encontrado la gran aplicación de este principio y lo ha llevado al extremo: la aplicación de estos elementos a entidades no reales, sino ideales. Por ejemplo: el nombre comercial, el rótulo, la razón social, el nombre, las marcas, y otras que por ahora no interesa citar para efectos del tema en estudio.

Desde el punto de vista del derecho, es siempre persona jurídica, sólo que unas veces puede ser persona jurídica individual y otras veces es persona jurídica colectiva; pero desde el punto de vista del derecho se es persona porque el ordenamiento jurídico reconoce una determinada capacidad en el sujeto independientemente de las condiciones naturales del mismo.

Podemos decir que la persona es una creación del derecho en cuanto al aspecto jurídico se refiere y por lo tanto hay personas jurídicas individuales -que nosotros generalmente identificamos con las personas naturales o personas físicas pero que no necesariamente han de ser tales, como veremos- y hay personas jurídicas colectivas que nosotros identificamos con ciertos grupos o agrupaciones. En todo caso, lo que caracteriza la persona es la capacidad jurídica, o sea, esa posibilidad de adquirir derechos y contraer obligaciones.

Viéndolo de otra forma, podemos decir que sociedad mercantil es un concepto básicamente económico. Es una unidad económica que puede funcionar a través de una unidad jurídica o a través de varias unidades jurídicas. Cuando se da el fenómeno de la existencia de una unidad económica, el derecho entra a efectuar su parte, dándole personalidad jurídica a esa unidad económica. Incluso, puede darse el caso de que existan varias personas jurídicas que llegan a formar una unidad económica; cuando eso sucede, existe la posibilidad de darle al conjunto de estos sujetos jurídicos distintos una sola personería jurídica para lograr determinados efectos. El derecho permite esta posibilidad, precisamente para proteger esa unidad económica.

La razón social social fue la primera forma de identificar las sociedades que primero existieron. La razón social es, para la colectiva, lo que la firma individual (denominación) es para el empresario singular; de manera que se la puede llamar también "denominación social". Precisamente, para subrayar a los ojos de los terceros y, sobre todo, de los acreedores de la sociedad, el carácter personal de la sociedad colectiva y las inherentes responsabilidades, la ley exige que en la razón social, aparezca el nombre civil (apellido o nombre de pila y apellido de uno o más socios y como consecuencia, excluye de la razón social el nombre de no socios y los nombres de fantasía.

Regulación actual y consecuencias jurídicas.

A. Regulación actual.

1. Empresa individual de responsabilidad limitada.

En este tipo de persona jurídica, no es permitido, legalmente, el uso de razón social, ya que expresamente está prohibido por el Código de Comercio, el cual indica en su artículo 10 inciso a: "...queda prohibido usar como distintivo el nombre o parte del nombre de una persona física". Por ello, la empresa individual de responsabilidad limitada, únicamente puede identificarse mediante una denominación social.

Un caso diametralmente opuesto sucede con las sociedades de personas, como lo veremos a continuación.

2. Sociedad Colectiva.

Esta, por ser una sociedad de personas, establece la necesidad de que sea identificada mediante una razón social. Al respecto, el Código de Comercio regula así:

"Artículo 33: La sociedad en nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario pero ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales".

Uno o varios socios deberán prestar su nombre o parte del mismo para que figure en la razón social y todos serán responsables de las obligaciones que tengan nacimiento dentro del normal funcionamiento de la sociedad.

Por ello, la ley sigue diciendo:

"Artículo 35: La razón social se formará con el nombre y apellido o sólo el apellido de uno o más socios, con el aditamento "y Compañía" u otra expresión equivalente que indique la existencia de más socios, si los hubiere".

"Artículo 36: La persona extraña a la sociedad que consienta en que su nombre y apellido figuren en la razón social, quedará sujeta a las responsabilidades ilimitadas que corresponden al socio".

Y esta disposición es lógica, ya que si un tercero permite que su nombre figure en la razón social, está dando lugar a que quienes negocien con la sociedad piensen que esa persona tiene algún vínculo con la sociedad. Esta norma protege a esos terceros que eventualmente podrían verse perjudicados si no existiera regulación legal al respecto.

"Artículo 37: La separación de un socio o el ingreso de un extraño a la sociedad, no impedirá la continuación del uso de la razón social existente, pero si el nombre o apellido del socio separado apareciere en la razón social y éste consintiere en que se siga usando, deberá agregarse a la razón social la expresión "Sucesores" u otra equivalente. Esa circunstancia no limita la responsabilidad del socio separado, la cual se mantendrá mientras su nombre aparezca en la razón social".

Nuevamente se da el mismo razonamiento que explicábamos líneas atrás. El legislador trató de evitar lagunas en la ley para efectos de establecer responsabilidades. Todo ello conduce a la responsabilidad personal de cada socio con respecto a las obligaciones que adquiera la sociedad.

3. Sociedad en Comandita.

En cuanto a este tipo de sociedad, el Código de Comercio establece:

"Artículo 62: La razón o firma social deberá formarse necesariamente con el nombre, nombres o apellidos de los socios gestores o comanditados, y el aditamento de "y Compañía, Sociedad en Comandita", lo que podrá abreviarse "S. en C." El comanditario que consienta en que su nombre completo figure en la razón social, será considerado, para los efectos legales, como si fuera socio comanditado".

Como podemos ver, las mismas reglas que se aplican para la sociedad colectiva, tienen vigencia para la sociedad en comandita.

4. Sociedad de responsabilidad limitada.

Al estar ante una sociedad de las llamadas "de capital", ya no existe la obligatoriedad de identificar a la sociedad mediante una razón social y aparece la figura de la denominación social. Al respecto, el Código de Comercio expresa:

"Artículo 76: Podrán estas sociedades tener una razón social, o denominarse por su objeto, o por el nombre que los socios quieran darle y será requisito indispensable, en todo caso, el aditamento de "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o solamente "Limitada", pudiéndose abreviar así: "S.R.L." o "Ltda". Las personas que permitan expresamente la inclusión de su nombre o apellidos en la razón social, responderán hasta por el monto del mayor de los aportes".

Sin embargo, la sociedad limitada está dentro de la posibilidad de utilizar opcionalmente una razón o una denominación social, de acuerdo con la decisión de los socios en cuanto al nombre con el que deseen identificar a su sociedad.

5. Sociedad Anónima.

El que la sociedad anónima gire y opere con una denominación, es un dato que figura en la propia definición legal¹. Se contraponen así, la sociedad anónima a la sociedad colectiva y a la sociedad en comandita que forzosamente deben tener una razón social, esto es, operar y girar, cuando menos, con el nombre de uno de sus socios. Por eso, la sociedad que consideramos se llama anónima, es decir, sin nombre, referido esto a la presencia de nombres de socios en su denominación.

No hay en el derecho costarricense una prohibición expresa de que figuren nombres de personas en la denominación de la sociedad anónima, ni tampoco establece la ley la exigencia de que la denominación sea adecuada al objeto que la misma realiza, cosa que en cambio es preceptiva en el derecho español y en los que en él se inspiran.

No es raro encontrar sociedades anónimas en cuya denominación figura un nombre de persona, pero esto tiene un alcance totalmente distinto al que supone su presencia en la razón social de otro tipo de compañía.

En la sociedad colectiva y en la comandita, -como ya hemos visto-, el nombre de uno de sus socios debe figurar forzosamente en su razón social, justamente, ello implica la responsabilidad ilimitada del mismo. Así es un elemento de crédito comercial, en cuanto se ofrece a los terceros el nombre de la persona de mayor significación en la empresa.

En cambio, cuando se trata de sociedades anónimas, la inclusión de un nombre personal en su denominación, no hace referencia a un problema de responsabilidad, sino que es el resultado de haber sido aquél un fundador destacado o de haberse transformado en sociedad anónima otra clase de sociedad.

La inclusión de un nombre de persona en la denominación de una anónima, no establece la responsabilidad ilimitada de la misma, al contrario de lo que sucede con la razón social. Además, el nombre personal funciona como parte integrante del nombre comercial, que puede ser cedido sin necesidad de ser socio en la empresa. Basta con que comparezca ante el Notario, una persona que consienta en que su nombre figure en el nombre social. Esta necesidad de comparecencia no es exigida por nuestro Código de Comercio, razón por la cual se podría pensar que existe libertad para utilizar en el nombre social cualquier nombre de una persona física. Sin embargo, para evitar que los socios recurran a esta posibilidad, los Registradores del Departamento Mercantil han aplicado como normas supletorias, las contenidas en los artículos 43 y 53 del Código Civil, que regulan en cuanto a los derechos de la personalidad y que específicamente indican que cualquiera podrá negarse a que su nombre sea utilizado indiscriminadamente sin su consentimiento. Contrario *sensu*, se requiere del consentimiento de quien ostente un determinado nombre, (teniéndose como tal el nombre y los apellidos de la persona), para que el mismo pueda ser utilizado en la denominación de una sociedad anónima es por esta razón que, siempre que el nombre social identifique a una persona específica, por ejemplo: Inversiones José Antonio Salazar Molina S.A., se requerirá de la autorización expresa de la persona física que lleva ese nombre. Diferente sería si el nombre social fuera: Comercial Luis y María S.A. en cuyo caso no se identifica a nadie en especial, por lo cual, pareciera que no es posible legalmente., impedir la inscripción de tal denominación siempre que no exista registrada otra igual.

B. Efectos y consecuencias Jurídicas.

En las sociedades de personas, aún cuando el vínculo nace con el contrato, la empresa sólo surge con la inscripción en el Registro. En las sociedades de capital la inscripción señala el momento inicial lo mismo de la empresa que de la personalidad jurídica.

En Costa Rica, nuestro Código de Comercio en su artículo 17, contempla la existencia de cuatro tipos de sociedades comerciales, por su orden: Colectiva, En Comandita, Limitada y Anónima. Además de la regulación que se hace en cuanto a la empresa individual de responsabilidad limitada que está regulada a partir del artículo 9 del citado cuerpo de leyes.

Es interesante señalar los efectos de la evolución que se ha dado a través de la historia en cuanto a la empresa individual y a los cuatro tipos de sociedades mencionadas, de las cuales, las dos primeras son consideradas "de personas" y las dos últimas "de capital".

1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

La empresa individual de responsabilidad limitada utiliza denominación social para identificarse, según se entiende por el carácter excluyente que se deduce del artículo 10, inciso a, ya citado.

Este es el criterio que se maneja a nivel de Registradores del Departamento mercantil y el mismo es apoyado por lo que al respecto expresa el artículo 12 del Código de Comercio, que dice:

"Únicamente el patrimonio de la empresa responderá por las obligaciones de ésta, sin que al propietario le alcance responsabilidad alguna, pues su obligación se limita a aportar el capital".

Esta es una situación similar a la que se presenta con las sociedades anónimas, que también utilizan denominación social para identificarse.

2. Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita.

Mientras que la sociedad de nombre colectivo está caracterizada por la responsabilidad solidaria e ilimitada de todos los socios por las obligaciones sociales, en la en comandita simple hay algunos que, después de haber aportado lo que han prometido, quedan liberados de toda responsabilidad *erga omnes*.

Existen en la en comandita, dos categorías de socios, los que responden como los socios de la colectiva, llamados comanditados (administradores o gestores) y los que responden hasta un determinado importe, correspondiente al total del valor que se han obligado a conferir, llamados comanditarios. Por lo menos uno de los socios ha de pertenecer a uno o al otro grupo, ya que si todos fuesen de los primeros, la sociedad sería en nombre colectivo; mientras que si todos fuesen de los segundos, estaríamos ante una sociedad de responsabilidad limitada.

Es muy importante señalar que la naturaleza de estos dos tipos de sociedades (de personas, que conllevan responsabilidad ilimitada por parte de sus socios, por los actos que se realicen a nombre de la sociedad), ha provocado que en la práctica no se efectúen inscripciones de este tipo de sociedades. En otras palabras, ambas sociedades están totalmente descontinuadas en la vida real, pese a que nuestro ordenamiento regula sobre su existencia y funcionamiento.

La principal razón de que nadie tenga interés en constituir una sociedad de este tipo es precisamente el deseo de los socios constituyentes de pasar desapercibidos al constituir una sociedad mercantil y de limitar a su vez, su responsabilidad, únicamente al monto de sus aportes.

Actualmente, de las nuevas sociedades que diariamente se inscriben en el Registro Mercantil, una gran mayoría son sociedades anónimas. Pese a que también se inscribe un número pequeño de sociedades limitadas y siguiendo el orden descendente, debemos citar las empresas individuales de responsabilidad limitada, de las que se inscribe un número aún más pequeño.

Si tuviéramos que establecer un cálculo aproximado y basándonos únicamente en nuestra experiencia diaria en el proceso de calificación e inscripción de documentos en el Departamento Mercantil, y utilizando además como punto de referencia, los datos que obtenemos de los libros de



control de ingresos de documentos a cada "partido" de este Departamento, podemos ver que diariamente Mercantil recibe un promedio de ciento setenta y cinco documentos, de los cuales, aproximadamente ochenta corresponden a constituciones de sociedades. De ellas, un cinco por ciento de las nuevas inscripciones de constituciones corresponden a empresas individuales de responsabilidad limitada; un quince por ciento corresponde a sociedades de responsabilidad limitada y un ochenta por ciento corresponde a nuevas sociedades anónimas. O sea, que de ochenta constituciones de sociedades diariamente, cuatro corresponden a empresas individuales de responsabilidad limitada, doce son sociedades limitadas y sesenta y cuatro se refieren a constituciones de sociedades anónimas.

Desde hace muchos años no se practica ningún tipo de inscripción relacionada con una sociedad colectiva o una en comandita.

3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.

La sociedad limitada, a nuestro parecer, está ubicada en un punto de evolución muy importante, ya que se encuentra en un punto intermedio entre la sociedad de personas y la sociedad de capital. Por una parte, conserva algunas características de las sociedades de personas, como lo veremos en páginas futuras; y por otra parte, presenta características correspondientes a la sociedad de capital, en la cual, la responsabilidad personal ya no existe.

Por ahora podemos decir que es opcional en la sociedad limitada, el uso de una razón social o de una denominación social. No obstante, se dan ciertas condiciones a las que debe someterse quien permite que su nombre figure en la razón social.

4. Sociedad Anónima.

Por último, la sociedad anónima, que es la más utilizada en el comercio costarricense actual, ya no utiliza una razón social, sino que se identifica con una denominación social, e incluso, puede utilizar una razón social pero esto no implica ningún tipo de responsabilidad con respecto a terceros, para quien permite que su nombre figure en el de la sociedad.

Según nos relata Jorge Alas, citando a Cesar Vivante: "La sociedad Anónima es una persona jurídica que ejerce el comercio sin más patrimonio que el formado por las cuotas contributivas de los socios".

Por su parte, Joaquín Rodríguez, la define así: "Es una sociedad mercantil, de estructura colectiva capitalista, con denominación, de capital fundacional, dividido en acciones, cuyos socios tienen su responsabilidad limitada al importe de sus aportaciones".

Como ya sabemos, en este tipo de sociedades mercantiles, el elemento personal no cuenta. Las operaciones que realizan tienen por garantía única el conjunto de aportes vertidos o que deben verse en la caja social y los beneficios acumulados. Más allá de la cuota con que cada uno de los socios ha querido concurrir a la formación del capital común, no hay responsabilidad alguna de su parte por las pérdidas que puedan sobrevenir en la marcha de los negocios sociales. De esa característica especial se desprende que la sociedad anónima no puede tener "razón social", ni se

designa por el nombre de uno o más de sus socios, sino por el objeto u objetos para los cuales se hubiera fundado. El artículo 67 de nuestro anterior Código de Comercio expresaba: "El comercio se ejerce por medio de mandatarios revocables y bajo la designación del objeto de la empresa o cualquiera otra denominación adecuada".

La denominación puede formarse con absoluta libertad, a condición de que difiera de la de otras compañías preexistentes en el país. Por ello, en el pasado se tenía el convencimiento por parte de nuestros juristas, que en la denominación de la sociedad no debían aparecer nombres de personas, sean socios o no, pues aunque no existiese prohibición legal al respecto, era contraproducente que una sociedad anónima incluyera en su denominación nombres de personas ya que esto constituiría una razón social y la razón social tal y como se le concebía, era la expresión de la responsabilidad personal y directa de todos o de algunos de los socios respecto de los terceros que contratasen con la sociedad.

Una sociedad en la cual no juega ningún papel el nombre, ni la responsabilidad personal de los individuos que la forman, no puede tener firma social. Es esta pues, la razón de que el nombre en la sociedad anónima sólo se entienda como denominación.

El artículo 102 del Código de Comercio al establecer que: "los socios sólo se obligan al pago de sus aportaciones", es el que da fundamento a lo que aquí hemos expuesto.

LA DENOMINACIÓN SOCIAL.

La principal característica identificadora de esta figura consiste en la no utilización de la razón social (nombre o parte del nombre de personas físicas), en el nombre de la sociedad. En el pasado, las sociedades estuvieron en estrecha relación con sus dueños por medio de su razón, esto, hasta la aparición de las sociedades de capital que vinieron a romper con ese vínculo, estableciendo una concepción diferente.

Origen y naturaleza jurídica.

El surgimiento de las sociedades de capital vino a romper el esquema prevaleciente de las sociedades familiares o de clanes que estaban limitadas a un territorio y actividad comercial muy reducido, demarcado básicamente al ámbito de su grupo. El desarrollo del comercio, históricamente dado, vino a variar esta situación desligando a la persona jurídica (sociedad) de sus fundadores, dándole independencia en su actuación y limitando la responsabilidad de los socios.

A. Antecedentes Históricos.

Los primeros rasgos los podemos ubicar en Roma, en la época de la conquista mediterránea, donde comienza a tener auge la asociación con fines mercantiles y expansivos, que no sólo se limitaban al comercio en general (como intercambio) sino que brindan servicios en actividades como cobro de deudas públicas, recepción e impuestos, derechos de puerto, etc.



Con la caída de Cario Magno, los reyes vieron la necesidad de ampliar las relaciones comerciales, con el fin de asegurar sus rentas, fomentando la asociación de comerciantes por medio de ferias, se da la "societas consensúa!" que se sale del esquema de "filius" y pasa de representar societas "comunidad" a societas como contrato de sociedad, en la cual se va dejando de lado el área de las relaciones familiares, floreciendo poco a poco el elemento convencional, inicialmente rodeado de formalidades y ritos hasta llegar al nudo consenso.

Posteriormente, en la edad media se da la "columna", constituida para la explotación mercantil de un navio, respondiendo sus integrantes sólo con su aporte de capital; desarrollándose en la República de Venecia, centro de operaciones navieras del Mar Negro, Constantinopla y las costas de Siria, cuya principal actividad consistía en atribuir el derecho de cargar las flotas.

La mayor parte de la doctrina coincide en que es en el Siglo XV, con el acaecimiento del descubrimiento de América, cuando se da el verdadero surgimiento de las sociedades de capital, desligadas del vínculo familiar e identificadas por la denominación social.

"Estas eran grandes empresas de especulación privada, formadas con la aportación de ingentes capitales para la importación y explotación de los productos de las Indias Orientales. Los capitalistas que se dedicaban a tales empresas no pensaban más que en su propio interés, limitando el riesgo al capital que conferían".

Debido a las riquezas que representaban las nuevas tierras, surgen grandes empresas de descubrimientos y colonización de las mismas, formándose nuevas compañías como lo son "Compañía Holandesa de las Indias Orientales" [1602], "Banco de Génova o Banco de San Giorgio", "Compañía Inglesa de las Indias orientales" y la "Compañía Francesa de las Indias Orientales", destacando en esta época Inglaterra y Holanda debido a estas sociedades comerciantes (de capital), en el comercio mundial del siglo XVI. "Esta forma de sociedad ofrece la ventaja de permitir la combinación del trabajo con el capital, en cuanto a que los socios capitalistas pueden intervenir limitando su responsabilidad".

Todas estas sociedades surgieron con participación del Estado, a manera de concesiones, por lo que se dice que es una creación del Derecho Público, por lo que se consideraba una institución válida para el tráfico comercial, pero no como una Institución Jurídica, por la gran difusión que tuvo este sistema "de privilegios".

Apoyado por la costumbre comercial, se fue consolidando, de manera que sus estatutos requerían de autorización del Estado, dándoseles reconocimiento y a la vez autorización para su funcionamiento, hasta pasar de ese sistema de privilegios a un sistema de "Reglamentación positiva", en el cual ya no se dan concesiones, sino que el Estado va a dictar disposiciones que condicionan la creación y funcionamiento de las sociedades.

Posteriormente, evoluciona esta institución, debido a su importancia comercial y se da la codificación, con una tendencia de calificarla, no como una sociedad por acciones, sino como anónima, que como tal no ha de llevar el nombre de ningún socio., por lo que no va a existir bajo una razón social circunstancia comentada por Brunetti, refiriéndose al Código de Comercio Francés de 1807. Al respecto, Brunetti nos dice: "El Code de Commerce ha acertado juntando los dos conceptos de "acción" y de "responsabilidad limitada", reconociendo que en la anónima los socios sólo están sujetos hasta la pérdida de su cuota en la sociedad"¹, dejándose de lado por completo el elemento de filiación, como común denominador, que iba acompañado de una responsabilidad

ilimitada, actuando bajo una razón social como identificadora de la sociedad y de sus socios fundadores o principales.

Según Fernando Mora, se trata de una especie de sociedad anónima que, independientemente de la clasificación que se le de en la práctica, "es un tipo de sociedad en la cual el capital está representado por acciones y los socios responden limitadamente según sus aportes".

B. Naturaleza Jurídica y características.

Según Cabanellas, se define Denominación en lo que nos interesa, como: "Designación, título para distinguir personas o cosas...", ...Denominar: "Designar, señalar, distinguir y marcar con un nombre o título", y por último Nombre, como: "palabra o vocablo que se apropia o se da a una persona o cosa, a fin de diferenciarla y distinguirla de las demás, sea de modo individual o al menos colectivo", de manera que es claro que el acto de denominar es libre y consiste básicamente en elegir, libremente, un nombre para distinguir un ente determinado.

Por ello, la Denominación social tiene su ser en el hecho de que va a identificar a una sociedad determinada, sin necesidad obligatoria, de hacer uso del nombre o parte del nombre de alguno de los socios. Es el distintivo que permite a una persona moral identificarse ante las demás personas físicas o jurídicas, razón por la cual la ley exige únicamente que sea distinta a las demás y que venga acompañado del respectivo aditamento o su abreviatura.

Al respecto, el Doctor Renato Ozores nos dice: " Comparto el criterio de quienes en dicha materia se muestran partidarios de dejar en libertad a los fundadores para que atribuyan a la sociedad el nombre que a bien tengan. Pero estimo que dicha libertad debe hallarse moderadamente restringida por razones lógicas y para evitar equívocos. Nada debe oponerse a que una sociedad anónima utilice, incluso, nombres propios en su denominación. Pero, indudablemente, dichos nombres deben hallarse relacionados de algún modo con las actividades de la compañía, o con las personas que sean, o hayan sido, miembros de la sociedad, ya que parece inadmisibles que sólo con cumplir la exigencia de escribir después las iniciales S.A. puedan los fundadores de la compañía atribuirle el nombre de personas, vivas o muertas, que no tengan, ni hubieren tenido nunca, relación alguna con ella. Tampoco debe estimarse necesario que una sociedad anónima se denomine, en todo caso, por el objeto de la empresa, pero ello no debe traducirse en la posibilidad de que en el nombre de la compañía se haga referencia a ciertas actividades, como transportes, construcciones, fábricas de ropa o de licores, etc., que no se relacionen directa ni indirectamente con las que realiza normalmente".

De manera que la denominación social, surge de la voluntad de las partes (socios) y doctrinalmente se establece que debería hacer referencia al objeto de la sociedad y nunca a la identidad de sus socios esto debido a que en el pasado se tenía la creencia de que colocar el nombre de uno o alguno de los socios (nunca de terceros), dentro de un nombre social, podría hacer incurrir a terceros en la creencia de que dicha indicación implique una responsabilidad ilimitada de la misma en las obligaciones adquiridas por la compañía; al respecto Brunetti señala: "... la denominación social es una indicación objetiva, aunque contenga el nombre patronímico del fundador de la empresa y que, por este motivo se diferencia de la razón social...".

Ha sido este criterio doctrinal, el que ha llevado tanto a las legislaciones, jurisprudencia y prácticas registrales a inclinarse por reconocer a las sociedades de responsabilidad limitada, el derecho a



usar el nombre de sus fundadores, por la importancia que este puede significar en el giro comercial, debido a herencia, tradición, fama, etc, en lo que a su actividad se refiere. De manera tal que es el aditamento que acompañe a la denominación el que va a identificar a la sociedad con el fin de evitar posibles confusiones.

Joaquín Rodríguez, expresa al respecto: "...la inclusión de un nombre personal en su denominación, no hace referencia a un problema de responsabilidad, sino que es el resultado de haber sido aquel un fundador destacado o de haberse transformado en sociedad anónima, otra clase de sociedad, o bien, porque el nombre de que se trata significa una garantía de aviamiento para la empresa; o bien, que ésta explote patentes, derechos o sistemas generalmente conocidos con aquel nombre".¹ Este criterio no es generalizado, por ejemplo, ocurre en el Derecho Francés, que es definitiva la prohibición del uso de nombres de personas físicas en sociedades de responsabilidad limitada o bien el caso de España que exige que la denominación sea acorde al objeto que se persigue, requisito que más que obligatorio debiera ser voluntario, en el tanto que publicitariamente ayuda a identificar la actividad que realiza la sociedad que identifica. "La presencia del nombre de uno o más socios en la razón social puede tener también la función diversa de atraer la confianza de los terceros... puede influir sobre el funcionamiento de la misma, atrayendo clientela".

Por consiguiente, la presencia de un nombre de persona en la denominación de una sociedad, no establece responsabilidad ilimitada, al contrario de lo que sí sucede con la razón social.

Por otra parte, algunas corrientes se oponen a la aceptación de esta figura (uso del nombre de personas físicas) por la posibilidad del mal uso del nombre de personas solventes o de reconocido prestigio en la denominación de sociedades formadas por personas sin escrúpulos que lo quisieran utilizar en provecho propio. En nuestro país, esta situación estaría al margen de la ley debido a la protección de los derechos a la personalidad tutelados por el derecho civil y que permitiría al afectado accionar a nivel judicial para reclamar por los daños y perjuicios que se le pudieran causar.

Aparte del uso de términos referidos al objeto y del nombre de personas físicas, es frecuente la utilización de otros, denominados "de fantasía", que son producto de la inventiva de los socios, palabras sin ningún significado en especial, o bien nombres de lugares, objetos, animales, etc. que son apropiados comercial y publicitariamente para los intereses sociales, incluyéndose el uso de siglas y abreviaturas producto del ingenio de los socios.

Para nuestros propósitos, cabe destacar que la designación de una denominación social se caracteriza por una amplia libertad en su escogencia, que se ve limitada, en principio únicamente por la determinación de que no debe existir similitud o semejanza con una anterior.

Regulación actual y sus consecuencias jurídicas.

Como hemos señalado, el uso de la Denominación social, tiene su principal transcendencia en la identidad que ésta otorga a las personas morales, tanto en el ámbito jurídico como en el comercial y es un signo revelador en cuanto a la existencia de responsabilidad de los socios de manera limitada, salvo lo expuesto para la sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.). Considerando el giro comercial de las mismas en la actualidad es importante analizar su aplicación práctica desde el punto de vista legal.



A. Regulación actual.

1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

De conformidad con el artículo 10 del Código de Comercio que estipula los requisitos mínimos que se deben considerar para la formación de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, en su inciso a)1, se establece expresamente la prohibición de usar el nombre o parte del nombre de una persona física como distintivo; lo que conlleva definitivamente a que estas empresas se deben identificar con una denominación social y no con una razón social, esto de conformidad con la definición de denominación que venimos utilizando.

Por consiguiente, en la constitución de estas empresas, el fundador o empresario deberá considerar la creación o invención de un nombre para su "negocio", el cual tendrá la misma trascendencia que cualquier otro requisito, tales como domicilio, capital, objeto, plazo, etc, para efectos de lograr su inscripción registral y los posteriores efectos que esta implican.

En este proceso de formación de la denominación, el fundador, no tendrá más limitaciones que las indicadas y el cumplir con el principio de novedad, en el sentido que deberá ser diferente a cualquier otro que exista, haciéndose aquí extensivo lo indicado por el artículo 103 del citado cuerpo legal, (como lo veremos más adelante) y cumpliéndose con el contenido doctrinal en cuanto a la denominación social se refiere.

2. Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita.

De acuerdo a lo analizado en el capítulo anterior, podemos ver que los artículos 33 y 35 del Código de Comercio, así como la doctrina misma, en lo que a la naturaleza de la razón social se refiere, establece prohibición expresa para las sociedades de personas y de responsabilidad ilimitada en cuanto al uso de denominación; a contrario *sensu*, deberán forzosamente utilizar una razón social, por lo que siempre se verán identificadas por el nombre o apellidos de sus fundadores, quedando por fuera definitivamente en lo que a las reglas de aplicación de la denominación social se refiere.

3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Siendo éste un tipo de sociedad que se puede ubicar como intermedia entre las de personas y las de capital, "... reúne las condiciones de una sociedad capitalista con garantía para terceros y una responsabilidad limitada para sus partícipes por el monto de sus aportaciones, además cuenta con una estructura que descansa en una base de confianza y consideración a las calidades personales de los socios"1, es la primera, históricamente a la que se le permite identificarse de manera libre, sin estar sujeta a las condiciones establecidas para la razón social.

El artículo 76 de nuestro Código de Comercio vigente, anteriormente citado, establece que estas sociedades podrán tener una razón social o denominarse por su objeto, o por el nombre que los

socios quieran darle.

Vemos como la libre elección es amplia y notoria, de manera que en la práctica, los socios constituyentes de una sociedad de ésta naturaleza elegirán su signo identificador, de conformidad con sus intereses y necesidades, ya que si su proyección es de índole familiar o personal, o bien por cualquier otro tipo de interés propagandístico o por su trayectoria, utilizará una razón social. Por el contrario, si su proyección es de índole comercial, aludirán con su nombre a su actividad, o bien utilizarán cualquier otro nombre dirigido a la atracción de clientela desde el punto de vista de la publicidad.

4. Sociedad Anónima.

La sociedad anónima, que es en la actualidad la de mayor trascendencia por su giro comercial, es la sociedad de capital por excelencia. Su estructura y funcionamiento permiten la participación de gran cantidad de socios o accionistas, sin importar sus cualidades personales, sino más bien su capacidad económica en lo que a aporte de capital se refiere. Así lo establece el Doctor Fernando Mora, entre otros doctrinarios especialistas en esta materia: "La sociedad anónima permite obtener la colaboración económica de gran número de individuos, que ante la perspectiva de una razonable ganancia no temen arriesgar una parte de su capital, pues saben que únicamente arriesgarán lo que ha sido objeto de ese aporte, pues su responsabilidad es limitada".

Es por lo aquí expuesto que consideramos que esta es la sociedad que mayor giro comercial representa y por esta misma característica, es difícil pensar en la posibilidad de que la misma se vea identificada por el nombre de una persona física ya que teóricamente está conformada por gran cantidad de socios y su giro comercial es más trascendente que el personal. Por esta razón, la tendencia es la de utilizar denominación social.

Ahora bien, cabe destacar que en la práctica las sociedades (sobre todo las anónimas) no siempre se van a crear con fines comerciales (que es una deformación de su naturaleza) sino con fines de distracción de bienes y evasión de impuestos, surgiendo aquí sociedades que llegan a estar conformadas por un sólo socio, permitidas por nuestra legislación, específicamente en el artículo 202 del Código de Comercio que reza: " El hecho de que todas las acciones de una sociedad anónima, lleguen a pertenecer a una sola persona, no es causa de disolución de la sociedad"¹; lo cual es aceptado por una parte de la doctrina. Ello ocasiona muchas veces que estas sociedades sean denominadas con el nombre del socio único o de una dinastía, asegurándose un medio legal y fácil de suceder bienes de una generación a otra.

El artículo 103, ya citado, expresa que las sociedades anónimas deberán tener denominación social, circunstancia que se ha interpretado de la forma más amplia, -como ya lo hemos visto-, de manera que no restringe el uso de nombres de personas físicas por cuanto al estar estos precedidos o seguidos por el aditamento "SOCIEDAD ANONIMA" o su abreviatura "S.A." , se deja en claro la no existencia de responsabilidad ilimitada para los socios. Queda entonces como única restricción la originalidad del nombre, debiendo éste ser distinto, de manera que no se preste a confusión, requisito que se ha hecho extensivo a las diferentes formas de nombre social en todas las sociedades existentes en nuestro ordenamiento.

B. Efectos y consecuencias Jurídicas.

De conformidad con el artículo 49 del Código Civil, la denominación le es a la sociedad (de capital) lo que el nombre le es a la persona física, en cuanto a que es un derecho y una obligación y le sirve como medio de identificación.

En este mismo orden de ideas., el artículo 24 del Código de Comercio prohíbe el uso de razón social o nombre, si la sociedad no está debidamente constituida según lo ordena la ley, lo que a su vez implica la debida inscripción registral¹; de modo que el uso de la denominación social va a tener eficacia sólo para las entidades que se encuentran a derecho. De suceder lo contrario, se puede incurrir tanto en responsabilidad civil ante terceros como en responsabilidad penal, en éste último caso, de conformidad con los artículos 216 y 217 del Código Penal, correspondientes a los tipos de estafa y estelionato.

De lo expuesto se desprende, que no basta con designar a una sociedad de hecho o irregular con un nombre, para que éste surta efectos, otorgándole identidad jurídica a la entidad, sino que debe cumplirse con todos los requisitos legales.

Por otra parte, en las sociedades de capital pueden participar otras personas jurídicas debidamente constituidas, como socios, ya que según hemos mencionado, el único requisito trascendental para esta participación es el aporte de capital por un interés meramente económico, sin existir lazos de filiación de índole personal o familiar, circunstancias que no se podrían cumplir.

1. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

En el caso específico de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, esta denominación no puede contener el nombre o parte del nombre de personas físicas, sea el propietario o un tercero, así estipulado por el artículo 10 inciso a. del Código de Comercio.

Una de las causas de esta disposición es el hecho de que esta empresa es una entidad que tiene su propia autonomía como persona jurídica, independiente y separada de la persona física a quien pertenece¹. Por otra parte, existe la posibilidad de que el uso del nombre de su propietario se preste para confusión en el ejercicio de su actividad y con respecto a la posible responsabilidad que genere hacia los terceros que se involucren con ella, ya que no habría forma de distinguir si se está negociando con la persona física o la persona jurídica.

2. Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita.

En el caso de las sociedades de personas, la denominación social como tal, no tiene aplicación, ya que éstas se identifican con razón social, como bien se mencionó en páginas anteriores. Por ello, no cabría un análisis sobre la figura de la denominación social.

3. Sociedad de Responsabilidad Limitada.

En el caso de la sociedad de responsabilidad limitada, el uso de la denominación social viene a reforzar la teoría de que ésta es una sociedad de capital en el tanto sólo habrá diferencia en la responsabilidad, para el socio que autorice el uso de su nombre, respondiendo hasta por el monto del mayor de los aportes.

La doctrina acoge esta posición cuando expone: "La sociedad anónima como la sociedad de responsabilidad limitada, constriñe su responsabilidad frente a terceros al importe de su patrimonio social...".

Fuera de la salvedad que hace la ley, no se puede decir que el uso del nombre de una persona física lleve como consecuencia una responsabilidad ilimitada para la totalidad de los socios por lo que no se aplicaría el contenido doctrinal del uso de la razón social en esta sociedad. Cabe destacar aquí que estamos en presencia de una sociedad de transición entre las sociedades de personas y las de capital.

Se debe tener en cuenta que la denominación o razón social dada a una sociedad de este tipo no es definitiva, puede ser variada en cualquier momento por la voluntad de los socios, que son quienes inicialmente la designan, por lo que se rompe totalmente con los esquemas dados para las sociedades de personas en lo que a la responsabilidad ilimitada se refiere.

4. Sociedad Anónima.

La ley costarricense afirma en el artículo 103 del Código de Comercio, que la denominación se formará libremente; pero esta amplia libertad se traduce en la práctica en una serie de supuestos, perfectamente definidos.

Es esencial que la denominación vaya siempre antecedida o seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de sus abreviaturas "S.A.", según lo ordena el artículo 103 del Código de Comercio.

La ley aunque permite que se forme libremente la denominación social., exige que ésta sea distinta de la de cualquier otra sociedad ya existente, lo cual constituye el principio de la novedad del nombre, según lo establece el mismo artículo 103 ya citado. La afirmación legal tiene, a nuestro juicio, una amplia trascendencia en cuanto a que, independientemente de las normas propias del Registro Mercantil, obliga a los Registradores del Departamento Mercantil, al calificar una escritura, a considerar si ya existe alguna denominación igual.

La carencia de un Departamento de Reserva de Nombre y la falta total de disposiciones en materia de similitudes a nivel de legislación comercial, dificultan el desarrollo de esta materia, que así se encuentra abandonada íntegramente a una elaboración doctrinal y jurisprudencial.

De todos modos, dada la redacción del artículo 103 citado, será siempre posible a una sociedad inscrita, solicitar la inmovilización del asiento de constitución de otra sociedad inscrita con posterioridad con la misma denominación social, y ello independientemente de las normas especiales de la Ley de Invenciones y Marcas, sobre protección del nombre comercial. En todo caso, en nuestro país, la calificación e inscripción de las marcas comerciales se hace en forma totalmente independiente de la calificación e inscripción de las sociedades en el Departamento Mercantil.

Normalmente, las sociedades anónimas llevan en su denominación una referencia al objeto social principal, ya sea por voluntad de los socios constituyentes, o por mandamiento de la ley, así por ejemplo, podemos encontrar nombres sociales como: Constructora del Este, Tienda la Elegancia, Cafetalera La Meseta.

De igual manera, nuestra Ley de Entidades Bancarias ordena que ese tipo de sociedades tengan dentro de su nombre la indicación de que son un Banco, lo mismo ordena la ley de entidades financieras para la sociedades dedicadas a dicha actividad; y en el mismo sentido lo ordenan las leyes del Mercado de Valores en cuanto a las sociedades dedicadas a la actividad bursátil, y la ley de Almacenes de Depósito y Almacenes Fiscales en cuanto a las sociedades que tienen ese fin.

Por último, la denominación de la sociedad anónima va frecuentemente acompañada de una indicación de fantasía, sin relación alguna con el objeto social, la que constituye parte integrante del nombre comercial.

b) Delimitación conceptual y funcional de la denominación social

“la denominación social como el signo identificador del ente societario, en cuanto sujeto titular de derechos y deberes y centro de imputación de responsabilidades, en el tráfico jurídico-negocial (signo de identificación personal-patrimonial)”

[Miranda]²

Delimitación conceptual

El marco jurídico regulador de la denominación social ofrece una abundante normativa, de evidente naturaleza societaria, que se inserta tanto en el Código de Comercio como en la legislación mercantil especial. En particular, por lo que concierne a las sociedades de capital, que son las que prioritariamente ocupan nuestra atención, la figura de la denominación social aparece regulada en el art. 2 de la *Ley de Sociedades Anónimas* de 22 de diciembre de 1989 y en idéntico precepto de la *Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada* de 23 de marzo de 1995, así como, muy destacadamente, en el Capítulo III del *Reglamento del Registro Mercantil* de 19 de julio de 1996 (arts. 395 a 419), que deroga la regulación contenida en el *Reglamento del Registro Mercantil* de 30 de diciembre de 1989 182 (arts. 360 a 384) [que, en algunos de sus aspectos, había sido desarrollado y completado, a su vez, por la Orden de 30 de diciembre de 1991 relativa al funcionamiento del Registro Mercantil Central].

Según la disposición derogatoria única del Reglamento del Registro Mercantil de 1996, queda derogado el Real Decreto 1597/1989, de 29 de diciembre, por el que se aprobó el Reglamento del Registro Mercantil. Ello conlleva, a su vez, la derogación de la Orden de 30 de diciembre de 1991 sobre las normas relativas al funcionamiento del Registro Mercantil, cuya fundamentación jurídica residía en las disposiciones finales sexta y séptima del Reglamento ahora derogado. Sin embargo, como quiera que en la materia que aquí nos ocupa la Orden de 30 de diciembre de 1991 contiene ciertas precisiones «menores» que, previsiblemente, se mantendrán inalteradas, al menos en lo



sustancial, en posteriores regulaciones, al abordar la regulación de la denominación social contenida en el Reglamento del Registro Mercantil vigente se hará referencia a dicha Orden.

En esta normativa, el legislador se vale de una terminología plural para referirse a la denominación social («razón social», «denominación social», «nombre colectivo», etc.), pero, en el fondo, todo lleva a pensar que, en la actualidad, el término genérico con el que se ha de designar a la figura es el de «denominación social», que, a su vez, puede revestir dos modalidades: «objetiva» y «subjctiva» (o «razón social»).

La distinción entre razón social (denominación subjctiva) y denominación social —también presente en los ordenamientos jurídicos de nuestro entorno [v. gr. Derechos italiano (ragione y denominazione sociale) y francés (raison y denomination sociale)]— obedece, desde un punto de vista histórico, a que si bien la primera (razón social) constituye el nombre de una sociedad en la que existe un socio o grupo de socios ilimitadamente responsables de las deudas sociales, la segunda (denominación social), en cambio, es el nombre de una sociedad en la que los socios no responden ilimitadamente de las deudas sociales.

La DGRN^{*} ha tenido ocasión de referirse, en estos términos, a la distinción entre las figuras: «(...) si bien, nuestro Código de Comercio, en armonía con las leyes comerciales de otras naciones, señala al enumerar los requisitos propios de las diversas formas de Compañías reconocidas en el art. 122, la razón social, como necesaria en la escritura de constitución de las regulares colectivas y comanditarias y, por otra parte, una mera denominación (social) de las Compañías anónimas adecuadas al objeto u objetos de especulación escogido, lo hace, sobre todo, porque en aquellas Empresas en las que los socios o una parte de ellos responden ilimitadamente de las obligaciones sociales, debe publicarse quiénes sean las personas sometidas a tales vínculos, mientras que, en aquellas otras Compañías en las que no resulta afectado del mismo modo el patrimonio personal de los socios, es decir, en las Sociedades Anónimas, la Ley se limita a prescribir una especial denominación, siempre que ésta no sea idéntica a la de otra Compañía preexistente» (DGRN de 10 de mayo de 1946).

Como quiera que, en el momento presente, la denominación subjctiva (razón social) se admite también con relación a sociedades en las que los socios no responden ilimitadamente de la deudas sociales (anónimas y limitadas), cabe hablar de cierta pérdida de diferenciación, tanto de orden jurídico-positivo como dogmático, entre la razón social y la denominación social.

A diferencia de lo que acontece con relación al nombre comercial, definido jurídicamente de forma expresa —aunque sin demasiada fortuna— en el art. 76.2 LM, el Derecho español, en cambio, no cuenta con ninguna norma que proporcione un concepto jurídico, ni siquiera elemental o básico, de la denominación social. El análisis del marco legal de la institución permite, no obstante, formular un concepto aproximado de la misma, tal como ésta parece ser concebida y regulada por el legislador del presente histórico.

La denominación social podría así delimitarse conceptualmente como una expresión denominativa, necesaria en toda sociedad mercantil, cuya función normativo-típica estriba, básicamente, en identificar e individualizar al ente societario, permitiéndole constituirse en centro de imputación de las responsabilidades dimanantes de la actividad que desarrolla, al tiempo que le posibilita personificarse en el tráfico, como sujeto jurídico titular de derechos y deberes. O, si se prefiere, como «un signo o expresión gramatical literaria a través de la cual a un sujeto, en nuestro caso

* Dirección General de Registros y del Notariado. España.



una persona jurídica, se le individualiza y permite actuar en el tráfico jurídico como titular de derechos y deberes, en el sentido de asumir las consecuencias de cualquier índole o naturaleza derivadas de su quehacer, económico o no, e independientemente respecto de otros sujetos de igual o semejante condición» (Marina García-Tuñón).

La mejor comprensión de la esencia conceptual de la denominación social requiere analizar por separado cada uno de los elementos que conforman la noción del instituto que se acaba de proponer. Habrá de insistirse así en la consideración exclusivamente denominativa del signo que la constituye (A); en la vertiente de deber que preside su adopción y utilización por parte del ente colectivo (B); y, muy en particular, en las funciones que el instituto desempeña en el tráfico, pues, como bien señala la doctrina, la denominación social es un «elemento jurídico que encuentra su mejor definición en base a la funcionalidad, plural, que está llamado a desarrollar» 191 [sic] (C). Veamos:

A) La denominación social ha de consistir necesariamente en un signo denominativo, esto es, compuesto de letras susceptibles de expresión en el lenguaje oral y escrito. Por consiguiente, los signos gráficos y los mixtos no son admisibles en su composición. Sobre este extremo, que constituye una fundamental diferencia entre el régimen jurídico del nombre comercial (marca y rótulo) y el propio de la denominación social, habrá ocasión de insistir en otro momento (infra, 3.1.1.2).

B) La denominación social se configura como un elemento necesario de toda sociedad mercantil válidamente constituida. Su adopción y utilización por el ente colectivo no sólo obedece a un derecho [a], sino que, además, constituye un imperativo legal [b]).

a) Según opinión generalizada entre la doctrina, la denominación social se perfila como un signo cuya adopción responde a un auténtico derecho subjetivo:

El ordenamiento concede a las sociedades la facultad de girar bajo ella con vistas a satisfacer el derecho a la identificación e individualización que poseen todos aquellos entes dotados de personalidad jurídica o, al menos, de cierta subjetividad. Se dice así que, al igual que ocurre en el Derecho civil con relación al nombre, elemento necesario para la determinación del sujeto al que se le ha de imputar, previo cumplimiento de ciertos requisitos, una capacidad jurídica y una capacidad de obrar; i la imputación de personalidad jurídica a la sociedad mercantil conlleva, como corolario, la atribución de un nombre que la identifique e individualice y, por ende, la diferencia del resto de sociedades que coexisten con ella en el tráfico jurídico. El nacimiento de la sociedad a los ojos del ordenamiento presupone, en otras palabras, la existencia de una concreta denominación que permita a aquélla constituirse en centro de imputación de la actividad que realiza y, de este modo, actuar en el tráfico como sujeto jurídico. Obviamente, desde esta perspectiva, la denominación social se concibe como un atributo esencial de la personalidad jurídica o, al menos, de la subjetividad que el ordenamiento reconoce a ciertos entes que, pese a no contar con el reconocimiento expreso de personalidad jurídica, son titulares de derechos y deberes (v. gr. Fondos de Pensiones).

Esta tesis, según la cual la denominación social responde al derecho a la identidad personal de todo ente colectivo (persona jurídica) y, por ende, es equiparable al nombre civil de la persona física, encuentra algunos de sus más fervorosos defensores en la doctrina italiana y, en particular, en *Costi*, para quien ha de evitarse la asimilación que, con cierta frecuencia, realizan algunos autores entre la figura de la denominación social del empresario colectivo y el instituto del nombre comercial-nombre-firma (*ditta*) del empresario individual. A juicio de *Costi*, el nombre social es un

verdadero nombre civil cuya adopción y utilización responde al derecho subjetivo que tiene todo ente colectivo a su identidad personal, es decir, a que se reconozca su propia individualidad en el ámbito del contexto social en el que se desenvuelve, que, según matiza el autor, no se circunscribe exclusivamente a la realización de actividades de naturaleza económica. Opinión que nace del pleno convencimiento de que los intereses, privados y públicos, conexos a las denominaciones sociales son, en bastantes de sus aspectos, similares a los que se tutelan a través de las normas reguladoras del nombre civil; instituto, este último, que responde a una necesidad ineludible, de orden privado y de orden público, cual es la identidad personal.

Ésta es también la postura mantenida por la DGRN, para quien «la razón social de las Compañías constituye el medio de individualizarlas y denominarlas frente a los terceros y al público en general, cuya justificación debe buscarse en análogos fundamentos a los que determinan la necesidad del nombre en la persona natural» (Resolución de 10 de mayo de 1946). En fechas más recientes, señala el Centro Directivo que «desde el momento en que a los entes colectivos en general se les reconoce una personalidad jurídica que les hace aptos para ser sujetos de Derecho junto a las personas físicas, se hace necesaria, para distinguirlos de los demás, la exigencia de una denominación social», por lo que «toda persona jurídica tiene un derecho subjetivo a la propia identidad personal y a que sea reconocida su individualidad en el ámbito del contexto social en el que opera más allá de las exigencias peculiares de su actividad». Individualidad que, en opinión de la DGRN, se ha de entender como un conjunto de características morales, sociológicas y económicas, que distinguen a la persona jurídica de las demás (Resolución DGRN de 15 octubre de 1984).

A ello añade la DGRN que, «considerando que así como para las personas físicas el derecho al nombre aparece regulado y se contiene fundamentalmente en la Ley del Registro Civil, esta materia aparece en cambio olvidada en cuanto a las personas jurídicas, salvo en aspectos concretos y muy limitados como es en el art. 2 de la Ley de Sociedades Anónimas y 2.2 de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada, pese a que en muchos aspectos son sustancialmente semejantes las cuestiones que en ambas clases de personas se plantean, y sin que por el hecho de que el nombre o denominación en las personas jurídicas no sea objeto en general de publicidad, pueda suponer —como se ha indicado— un impedimento para negarle la existencia de este correspondiente derecho al nombre» (Resolución DGRN de 15 de octubre de 1984).

c) Las funciones de la denominación social

[Río Barro]³

1. LOS MEDIOS DE IDENTIFICACIÓN EN GENERAL

La finalidad que persiguen los distintos empresarios que concurren al mercado es la conquista de la clientela, conservando la que ya han logrado y ampliándola en lo posible a costa de la de sus competidores directos, lo cual les va a permitir la obtención de unos resultados económicos ventajosos. Para alcanzar estos objetivos, tendrán que esforzarse por realizar las mejores ofertas en lo que se refiere al precio, a la calidad de los productos o de los servicios y a las condiciones de contratación.



Pero la competencia en la esfera económica sólo podrá desarrollarse si existe una libertad efectiva en el mercado, o -lo que es lo mismo- si los empresarios tienen planes independientes de actuación. De igual modo, los clientes deben tener también libertad para llevar a cabo la comparación entre las diferentes ofertas y la elección racional de las que estimen más favorables.

Con todo, la libertad de actuación económica a la que nos estamos refiriendo resultaría inoperante a efectos de competencia si los empresarios no pudiesen identificarse y, paralelamente, si los potenciales clientes no consiguiesen determinar a qué empresarios corresponden las diversas ofertas. La individualización está, pues, en la base misma de la competencia económica, y no sólo facilitándola, sino convirtiéndose en un presupuesto indispensable para su existencia.

Para lograr estos fines, el ordenamiento jurídico prevé la utilización de medios identificadores, los más importantes de los cuales son los signos distintivos en sentido estricto -regulados en la vigente LM de 1988- (marca, nombre comercial y rótulo), las indicaciones geográficas de los productos (denominaciones de origen e indicaciones de procedencia) y las razones y denominaciones sociales, a las que se les aplica la correspondiente normativa societaria y del Registro Mercantil.

2. LOS MEDIOS IDENTIFICADORES DE LAS SOCIEDADES

Toda sociedad -como persona jurídica que actúa en el tráfico económico- tiene necesidades de individualización. La fórmula utilizada a tal efecto no es otra que dotarlas de un nombre.

Para ello, el ordenamiento regula unas concretas instituciones jurídicas, a las que tradicionalmente ha venido llamando «razón social» en el caso de las sociedades personalistas (colectiva y comanditaria) y «denominación social» en los restantes tipos sociales.

Nuestro C. Co no regula de modo general el nombre de las sociedades mercantiles, ocupándose sólo de aspectos relativos a la razón social de las colectivas y de las comanditarias (simple y por acciones). Tampoco lo hace la legislación mercantil especial, que establece normas particulares sobre el nombre social de los tipos que en cada caso regula. Esta carencia quedó paliada tras la publicación de la moderna normativa reguladora del Registro Mercantil en 1989 -que por fin hizo uso de la previsión legal y desarrolló reglamentariamente aquellos preceptos- y en 1996, regulación vigente en la actualidad.

Pues bien, la denominación de las sociedades aparece perfilada como un derecho subjetivo: el ordenamiento reconoce a las sociedades la facultad de girar bajo ella para satisfacer así el derecho a la individualización que poseen aquellos entes a quienes el propio ordenamiento les reconoce personalidad jurídica.

3. OBLIGATORIEDAD DE LA DENOMINACIÓN SOCIAL

Sin embargo, la utilización de una razón o de una denominación social no sólo constituye un derecho, sino que también se configura como un deber. En efecto, el RRM de 1996 declara que la inscripción de los empresarios sociales en tal Registro tendrá carácter obligatorio y el artículo 38 del citado Reglamento señala que en esta inscripción tendrá que hacerse constar la identidad, por



lo que «tratándose de personas jurídicas se indicará la razón social o denominación».

En concreto, para las sociedades anónimas el artículo 114.4.º RRM declara que en la primera inscripción de estas sociedades necesariamente figurarán los estatutos, siendo la denominación social -a tenor de lo dispuesto en el art. 116 RRM- una de las menciones imprescindibles de ellos. Del mismo modo, para las sociedades de responsabilidad limitada, el artículo 175.1 RRM exige que en la inscripción primera de éstas figuren los estatutos, en los que obligatoriamente tendrá que indicarse la denominación social.

Por su parte, el artículo 209 RRM incluye la razón social entre las circunstancias de la primera inscripción de las sociedades colectivas; y lo mismo hacen el artículo 210 RRM para las sociedades comanditarias simples y el artículo 213 RRM para la denominación de las sociedades comanditarias por acciones.

Por lo que se refiere a la inscripción de sociedades especiales se expresan en parecidos términos, el artículo 250 RRM, en relación con las sociedades de garantía recíproca; el artículo 255 RRM, sobre inscripción primera de las cooperativas de crédito, de las mutuas y de las cooperativas de seguros; el artículo 257 RRM, sobre inscripción de mutualidades de previsión social; el artículo 259 RRM, sobre inscripción de sociedades de inversión mobiliaria; el artículo 265 RRM, sobre inscripción de agrupaciones de interés económico; y el artículo 268 RRM, sobre inscripción de agrupaciones europeas de interés económico.

Como puede observarse, nuestro ordenamiento jurídico exige de forma inequívoca que cualquier entidad inscribible -y, en particular, toda sociedad- que se halle regularmente constituida, gire bajo una denominación que permita identificarla en el mercado.

Al mismo tiempo que se satisface un derecho subjetivo, se atiende a la necesidad de evitar que en las múltiples relaciones de mercado tengan lugar equivocaciones -tanto entre clientes como entre proveedores- en torno a la identidad de la persona jurídica con quienes éstos conectan para la celebración de contratos.

Son varios los intereses protegidos: de un lado, el particular del empresario social, relativo a su individualización con el propio nombre; y, de otro, el general del tráfico económico, referido a la transparencia en el mismo, que es el resultado de tal individualización, si está correctamente realizada. El beneficio de la correcta individualización alcanza también a los competidores, puesto que los empresarios leales resultarían perjudicados si las denominaciones sociales fuesen impunemente utilizadas de forma indebida por otros en su intento de aprovecharse del prestigio unido a las mismas. En consecuencia, a través de la regulación jurídica de estos medios identificadores, se pretende dotar a los empresarios sociales de un medio de identificación, que va a permitir que se eviten los errores en el mercado y también a impedir que algunos de ellos logren apropiarse del prestigio conseguido por otros.

4. LA UNIDAD Y LA EXCLUSIVIDAD DE LA DENOMINACIÓN

Así como un empresario social puede ser titular de varias marcas para distintos productos o servicios y de varios rótulos para diferentes locales de negocio, sólo puede poseer una denominación social, porque no se concibe que cada sociedad pueda tener más de una.

Es el principio de unidad de denominación, consagrado por el apartado 1 del artículo 398 RRM, a cuyo tenor: Las sociedades y demás entidades inscribibles sólo podrán tener una denominación.

Esta característica de la unidad de la denominación va acompañada por otra, que es la de la exclusividad para cada sociedad, lo que significa que una misma denominación no puede ser utilizada a la vez por más de una sociedad; ni siquiera cuando las sociedades en cuestión se encuentren integradas por los mismos socios. En las hipótesis en que exista interés en hacer patente la pertenencia de la sociedad a un «grupo», es muy probable que el distintivo del grupo se registre como marca por la sociedad madre, pero en ningún caso podrán utilizar una denominación social común.

5. FUNCIONES

La protección jurídica de las denominaciones sociales tiene como objetivo principal, según hemos señalado, amparar el interés particular de las sociedades individualizadas mediante la correspondiente denominación. Así, por medio de ésta, el empresario logra diferenciarse de sus competidores en el tráfico económico. Desde luego, no es el único elemento identificador de la sociedad, pero es indispensable su existencia y, además, es ésa su principal misión.

La función de identificación de la sociedad es la más importante de las desarrolladas por la denominación social, pero no la única. En efecto, además de cumplir esa función principal, puede también actuar como eficaz instrumento condensador de la buena fama -o goodwill- alcanzada por el empresario social en el ejercicio de su actividad.

Esta buena fama es algo inmaterial, pues se trata de meras expectativas razonables de futuras operaciones, que proporcionarán determinadas ventajas económicas a quien la posee. Pero su carácter de bien intangible no implica que sea un elemento de escasa importancia; por el contrario, el goodwill es un bien inmaterial -en algunas ocasiones muy valioso- dentro del conjunto patrimonial del empresario, que lo coloca en mejor posición que sus competidores directos para la lucha por el mercado.

En consecuencia, estimamos que la denominación social es un medio identificador susceptible -como cualquier otro- de alcanzar un cierto grado de notoriedad e incluso de renombre en el tráfico económico, lo cual determina la necesidad de que el ordenamiento jurídico la proteja satisfactoriamente en esas situaciones .

Pues bien, la notoriedad que eventualmente pueda alcanzar una denominación social a través del uso es relevante en el plano jurídico, no existiendo inconveniente alguno en admitir que, al igual que otros signos distintivos, un uso notorio de una denominación social podría proporcionarle mayor capacidad diferenciadora que la que inicialmente tenía (secondary meaning); e incluso -aunque se trate de una hipótesis poco probable- podría darse el fenómeno contrario, a saber, el de la vulgarización de la denominación social como consecuencia de un alto renombre adquirido por su uso intenso, de modo que la originaria capacidad distintiva que poseía se perdiese, trocándose tal denominación en un signo común para identificar un determinado tipo de actividades empresariales.

Por otro lado, la denominación social puede desempeñar una función indicadora de calidad, también llamada de garantía, puesto que los terceros que se relacionan con el empresario social

van a confiar en que esa organización empresarial seguirá manteniendo las mismas condiciones de calidad de un modo relativamente constante. La denominación social es un medio apto para cumplir esta misión, garantizando la persistencia de unas determinadas propiedades o características en la actividad desplegada por su titular.

Por último, la denominación social puede actuar como medio de publicidad, promocionando las operaciones que constituyen el objeto social. Así pues, es práctica habitual que los empresarios sociales utilicen en su actividad anunciadora las denominaciones sociales respectivas, por lo cual éstas desempeñan también una función publicitaria.

Es dudoso, sin embargo, que -en el caso de la denominación social- esta función publicitaria tenga carácter autónomo y sea jurídicamente relevante. Con todo, a nuestro entender, debe reconocerse un cierto relieve jurídico a la función publicitaria de la denominación social, por lo que estimamos que la Werbefunktion es predicable de los signos distintivos en sentido estricto (marca, nombre comercial y rótulo) y de los demás medios de identificación utilizados por el empresario (razones y denominaciones sociales, denominaciones de origen e indicaciones de procedencia), debiendo ser por ello protegible en todos los casos.

Finalmente, digamos que se le puede reconocer también a la denominación de las sociedades una función adicional, a saber: la indicadora de la forma de la sociedad; y, por lo tanto, del modo en que los socios responden por las deudas de la misma. El citado objetivo lo cumple por la circunstancia de que, junto a los vocablos -y, en su caso, números- elegidos por los socios, necesariamente deberá figurar la indicación de la forma social de que se trate, o su abreviatura, incluida al final de la denominación.

Por estas razones, no es dudoso que la denominación social constituye un elemento que forma parte del conjunto de valores intangibles que integran la dimensión estática de la empresa. En este sentido, puede afirmarse que nos encontramos ante un bien inmaterial del empresario social, que lo utiliza para todo tipo de relaciones jurídicas de la empresa, tanto las internas como las externas, lo mismo con los colaboradores que con la clientela y los proveedores.

La materialización del nombre de la sociedad puede realizarse en un documento, o a través de cualquier expresión publicitaria. Lo verdaderamente importante es que los vocablos -y, en su caso, expresiones numéricas- en que la denominación consiste puedan ser reproducidos de manera indefinida y utilizados de los más variados modos, a conveniencia de su titular.

6. DENOMINACIÓN SOCIAL Y NOMBRE COMERCIAL

Esta pluralidad de funciones desplegadas por la denominación social nos conduce inevitablemente a la dificultad de separarla del campo de los signos distintivos regulados en sede de propiedad industrial por la LM de 1988; y, muy en especial, de un signo como el nombre comercial, que si bien tiene otro origen y unas funciones que en el plano teórico podrían deslindarse de las desarrolladas por el nombre de la sociedad, en la práctica cotidiana de los negocios resulta difícil su delimitación, siendo las más de las veces por completo coincidentes.

Sin entrar en este momento en un pormenorizado análisis doctrinal y jurisprudencial de los numerosos conflictos planteados en la práctica por la existencia de una línea fronteriza de nada fácil determinación entre las funciones de la denominación social y las del nombre comercial, no es

acertado negar al nombre comercial de un empresario social la función identificadora de su titular a todos los efectos, como tampoco lo es suponer que la denominación social se reserve para un uso privado o interno y no se utilice con fines concurrentiales.

Añadamos a ello la circunstancia de que el nombre comercial de una sociedad y su nombre social deben ser en buena lógica materialmente coincidentes, porque una sociedad puede que tenga interés en modificar en un determinado momento de su existencia jurídica la que ha sido su inicial denominación social, pero es difícil imaginar cuál pueda ser su interés en utilizar un nombre comercial diferente a su nombre social.

Estas circunstancias nos llevan a considerar oportuno un cambio en la normativa aplicable a estas dos instituciones jurídicas, que no deben seguir soportando por más tiempo una innecesaria e inconveniente coexistencia por separado, pues en la realidad del mercado están sirviendo para un mismo objetivo: identificar a un empresario social en las múltiples operaciones generadas en el tráfico económico, lo que implica la individualización del empresario, de la organización empresarial y también de la actividad desarrollada. Tanto el nombre comercial como la denominación social son potencialmente aptos para desarrollar estas funciones. Por ello, no es razonable la persistencia de una situación jurídica confusa que genera constantes e insalvables dudas; como, por ejemplo, sobre si la utilización de denominaciones sociales confundibles -con otras denominaciones o con signos distintivos regulados en la LM-, debe prevenirse y combatirse por la normativa sobre sociedades y del RM por la LM o por la LCD.

De todo lo expuesto se deduce la conveniencia, no sólo de aproximar la regulación de ambas instituciones -cosa que ya se ha hecho, aunque en escasa medida, en la normativa sobre el RM, sino incluso de unificar los criterios sobre la estructura del signo, sobre los requisitos para la válida adquisición del derecho y sobre las condiciones de utilización, consiguiendo así una eficaz protección jurídica del mismo y dando satisfacción a los intereses ligados al funcionamiento del mercado.

Esta unificación -o, al menos, coordinación intensa- que se preconiza no tendría necesariamente que suponer una «industrialización del nombre social», ni realizarse con prepotencia y de espaldas a la tradición jurídica del Derecho de sociedades; pero, en todo caso, debe hacerse teniendo muy en cuenta las exigencias de la realidad del mercado y la protección jerarquizada de los intereses concurrentes.



ADVERTENCIA: El Centro de Información Jurídica en Línea (CIJUL en Línea) está inscrito en la Universidad de Costa Rica como un proyecto de acción social, cuya actividad es de extensión docente y en esta línea de trabajo responde a las consultas que hacen sus usuarios elaborando informes de investigación que son recopilaciones de información jurisprudencial, normativa y doctrinal, cuyas citas bibliográficas se encuentran al final de cada documento. Los textos transcritos son responsabilidad de sus autores y no necesariamente reflejan el pensamiento del Centro. CIJUL en Línea, dentro del marco normativo de los usos según el artículo 9 inciso 2 del Convenio de Berna, realiza citas de obras jurídicas de acuerdo con el artículo 70 de la Ley N° 6683 (Ley de Derechos de Autor y Conexos); reproduce libremente las constituciones, leyes, decretos y demás actos públicos de conformidad con el artículo 75 de la Ley N° 6683. Para tener acceso a los servicios que brinda el CIJUL en Línea, el usuario(a) declara expresamente que conoce y acepta las restricciones existentes sobre el uso de las obras ofrecidas por el CIJUL en Línea, para lo cual se compromete a citar el nombre del autor, el título de la obra y la fuente original y la digital completa, en caso de utilizar el material indicado.

- 1 Álvarez Ramírez, L. G. & Jiménez Calderón, M. A. (1997). Problemática en la Inscripción y Denominación Social en el Registro Mercantil. (Parámetros que inciden en su Aceptación). Tesis de Grado para optar por la Licenciatura en Derecho. Universidad de Costa Rica. Facultad de Derecho. San Pedro de Montes de Oca, San José, Costa Rica. Pp. 1-54
- 2 Miranda Serrano, L. M. (1997). Denominación Social y Nombre Comercial. Funciones y disfunciones. Editorial Marcial Pons, Ediciones jurídicas y sociales S.A. Madrid. Pp. 113-120
- 3 Río Barro, J. L.(1999). Las funciones de la denominación social. Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor › Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor. Tomo XX (1999). Tomada de la Base de datos Vlex. Disponible en: <http://vlex.com/vid/funciones-denominacion-social-262853#ixzz1A0DCNKCY>