

*Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica*

Para ver aviso legal de clic en el siguiente Hipervínculo
(NECESITA CONEXIÓN A INTERNET)
<http://cijulenlinea.ucr.ac.cr/condicion.htm>

INFORME DE INVESTIGACIÓN CIJUL

TEMA: CALIFICACION DE NOMBRES SOCIALES Y SIMILITUDES ENTRE NOMBRES SOCIALES

RESUMEN

El presente informe contiene un estudio acerca de la ley de marcas y distintivos, doctrina sobre calificación de nombres sociales y similitud entre los mismos, y jurisprudencia relacionada con el art 29 de la citada ley.

SUMARIO

Índice de contenido

NORMATIVA	2
Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.....	2
DOCTRINA.....	2
Calificación de nombres sociales.....	2
Calificación de similitudes entre nombres sociales.....	6
JURISPRUDENCIA.....	8
Inclusión de término de marca famosa o de renombre internacional ya inscrita impide su registro	8
Competencia desleal.....	9

NORMATIVA

Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos¹

Artículo 29º- Adopción de una marca ajena como denominación social. Una persona jurídica no podrá constituirse ni inscribirse en un registro público con una razón o denominación social que incluya una marca registrada a nombre de un tercero, cuando el uso de esa razón o denominación pueda causar confusión, salvo que ese tercero dé su consentimiento escrito.

DOCTRINA

Calificación de nombres sociales.²

A la hora de calificar los documentos que ingresan al Registro Mercantil, el Registrador se atenderá tan sólo a la información contenida en el título respectivo, y en las bases de datos del Registro, y se preocupará por vigilar el cumplimiento de las diferentes leyes y reglamentos, en acatamiento al Principio de Legalidad.

En este sentido, el Registrador encargado de la calificación del nombre de una empresa o sociedad mercantil, deberá verificar el cumplimiento de la normativa contemplada en el Código de Comercio y otros cuerpos legales, para cada tipo de entidad.

Se debe tener presente, que el nombre de una persona jurídica encierra una serie de características que hacen que la gente reconozca o asocie el nombre con la empresa, razón por la cual, cada propietario pone especial cuidado en escoger el nombre que mejor se adecue a la institución que pretende formar, utilizando según su conveniencia una denominación o nombre o bien una razón social.

La denominación o nombre de una empresa o sociedad, se formará libremente por su dueño o sus socios, pero en ella no se incluirán nombre(s) y/o apellido(s) de persona física alguna.

La razón social necesariamente contendrá el nombre o parte del nombre y/o los apellidos de alguno de los socios, o bien de terceras personas que expresamente autoricen la utilización de ellos, en el nombre de la sociedad, y que responderán por las

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

obligaciones, en la proporción establecida por la ley, para cada tipo de sociedad.

En la composición de los nombres o denominaciones de las empresas o sociedades mercantiles, deberán seguirse las siguientes reglas generales:

En primer lugar, ha de valorarse que la composición del nombre y su aditamento, sea acorde con las disposiciones legales atinentes a cada entidad, sí por ejemplo la no utilización de razón social en una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, el uso de las expresiones determinadas por la Ley Reguladora del Mercado de Valores y Reformas al Código de Comercio, para las sociedades ahí contempladas, etc.

Podrá expresarse en cualquier idioma, siempre que en sus estatutos constitutivos se haga constar su traducción al español. (art. 103 del Código de Comercio, Voto de la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia No. 4647-99 de las 11:45 horas del 18 de junio de 1999 y Circular de la Dirección de Personas Jurídicas No. 017-99 del 8 de julio de 1999).

Existen disposiciones en algunas otras leyes, que determinan el uso de determinadas expresiones dentro de los nombres sociales, que se deben tomar en cuenta para la determinación de los mismos, como son:

1.- El artículo 7 de la Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional (Ley No. 1644 de 26 de setiembre de 1953 y sus reformas), establece que sólo las entidades constituidas de acuerdo con dicha normativa podrán usar, en su razón social, nombre comercial o en la descripción de sus negocios, las palabras "banco", "establecimiento bancario" o derivados de estos términos que califiquen sus actividades como de carácter bancario, disposición confirmada en el artículo 143 de la Ley Orgánica del Banco Central (Ley No. 7558 de 27 de setiembre de 1995).

Así, en la calificación que realizó la Subdirección del Registro Público, del documento presentado al Diario, bajo el asiento 16346 del tomo 395, de fecha 1 de setiembre de 1992, por medio del cual se constituía la sociedad denominada "Asesores Bancarios Internacionales S.A.", dicha oficina determinó la improcedencia de la utilización del término "bancarios", al amparo de la norma de cita.

2.- La Ley Reguladora de Entidades Financieras de carácter no Bancario (Ley No. 5044 de 13 de setiembre de 1972), dispone en su

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

artículo 3, que: "Las empresas financieras deberán usar, en su denominación, en su nombre comercial o en la descripción de sus negocios, la palabra "financiera" u otros términos que identifiquen claramente la naturaleza de sus actividades como de esa índole. Únicamente usarán el término "financiera" las empresas reguladas por esta ley y las secciones financieras de los bancos del sistema bancario nacional...", en razón de lo cual, las sociedades que pretendan utilizar en su nombre el término "financiera", "financiero" o similares, deberán constituirse de conformidad con las regulaciones de la ley en comentario.

Es importante en este punto, hacer mención nuevamente del criterio emitido por el Departamento de Asesoría Jurídica de la Superintendencia General de Entidades Financieras No. SUGEF-4776-97-01 de fecha 28 de agosto de 1997, mediante el cual se permite el uso de la palabra "finanzas", en la denominación de sociedades no reguladas por la Ley No. 5044 de cita.

3.- La Ley Reguladora del Mercado de Valores y Reformas al Código de Comercio (Ley No. 7732 de 27 de enero de 1998), dispone en su artículo 5, inciso b), que los términos "Agentes de Bolsa", "Puesto de Bolsa", "Bolsa de Valores", "Centrales de Valores", "Sociedades Administradoras de Fondos de Inversión", "Sociedades de Compensación y Liquidación" y "Sociedades Calificadoras de Riesgo", Fondos de Inversión, Sociedades de Fondos de Inversión, Fondos Mutuos, Fondos de Capitalización u otras equivalentes, son expresiones reservadas para las entidades jurídicas constituidas y autorizadas a participar en el mercado bursátil por la Superintendencia General de Valores, las cuales deberán además constituirse de conformidad con las regulaciones contenidas en dicho cuerpo normativo.

4.- Nuestra jurisprudencia, tanto registral como la del Tribunal Superior Contencioso Administrativo, ha manifestado que: "...si bien, de acuerdo con el Código de Comercio, artículo 103, es libre la elección del nombre de una sociedad anónima, no es menos cierto que, por imperativo de ese texto y del artículo 244, para toda firma comercial, el nombre elegido deber ser claramente distinto al de cualquier sociedad o empresa individual preexistente, con mayor razón debe serlo con el de los organismos del Estado o de los internacionales reconocidos, pues su existencia y reconocimiento proviene del ordenamiento jurídico con independencia de su inscripción en los Registros Mercantil o de Personas del Registro Público, para evitar que se confundan con el de personas privadas, para las cuales sí es indispensable inscribirlas en los respectivos registros, según corresponda, y la publicidad la obtienen de la inscripción, mientras que aquellos la

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

tienen per se..." (Tribunal Superior Contencioso Administrativo, Resolución No. 1537, de las 9:35 horas del 19 de agosto de 1975).

En virtud de lo expuesto, no podrían ser objeto de inscripción nombres sociales tales como, OEA S.A., ONU S.A., F.M.I. S.A.", "O.I.T. S.A."

5.- De acuerdo a las disposiciones contenidas en el Código de Bustamante, no se permite el uso de nombres de países dentro de las denominaciones o nombres sociales; sin embargo es posible utilizar su gentilicio. Así, por ejemplo, no es posible constituir una sociedad que se denomine "Constructora de Canadá S.A.", pero podría perfectamente utilizarse la denominación "Constructora Canadiense S.A."

6.- En relación con el uso del término "Universidad" en las denominaciones sociales, la Dirección de Personas Jurídicas, mediante Circular 013-98, de 31 de julio de 1998, dispuso:

"...Por Decreto No. 2383 de 25 de junio de 1959, se determinó el empleo del término Universidad solo para instituciones docentes de igual jerarquía a la de la Universidad de Costa Rica. Posteriormente, por Decreto No. 6693 de 27 de noviembre de 1981, se abre la posibilidad al funcionamiento de Universidades privadas, siempre y cuando se constituyeran mediante una fundación o una asociación. No obstante lo anterior, por Resolución de la Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia No. 7494-97, de las 15:45 horas del 11 de noviembre de 1997, se declararon inconstitucionales los artículos 5 y 15 del Decreto No. 6693 citado supra, permitiéndose la constitución de Universidades Privadas mediante la figura de una sociedad anónima, incluídos los fines lucrrativos. Siendo así las cosas, nada obsta para que una sociedad anónima, dedicada entre otras cosas y como objetivo especial a la enseñanza universitaria, pueda llevar en su denominación social el término "Universidad", "Universitario" o "Universitaria".

7.- De conformidad con lo dispuesto en el párrafo cuarto del artículo 23 de la Ley de Creación del Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación y del Régimen Jurídico de la Educación Física, el Deporte y la Recreación (Ley No. 7800 de 29 de mayo de 1998), serán de uso exclusivo del Comité Olímpico Nacional y por lo tanto ninguna persona física o jurídica, pública o privada podrá utilizar sin su autorización y con fines comerciales ni publicitarios, las palabras olímpico ni olimpiada. (Circular de la Dirección de Personas Jurídicas D.P.J.-020-99).

Calificación de similitudes entre nombres sociales.³

El artículo 103 del Código de Comercio, dispone que: "La denominación se formará libremente, pero deberá ser distinta de la de cualquier sociedad preexistente, de manera que no se preste a confusión...".

Si bien es cierto, la norma supra citada, se encuentra dentro de la Sección I del Capítulo Séptimo del cuerpo normativo de cita, referida a las Sociedades Anónimas, su aplicación debe extenderse, a la calificación de los nombres de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, Sociedades en Nombre Colectivo, Sociedades en Comandita, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades Anónimas Laborales y las creadas por la Ley Reguladora del Mercado de Valores y otros cuerpos normativos, toda vez que el mandato contenido en el mencionado artículo, es de aplicación obligatoria para cualquier persona jurídica mercantil, sujeta a inscripción.

Ante la ambigüedad e imprecisión del artículo 103 supra citado, en cuanto a la diferenciación mínima que debe existir entre dos nombres, para no considerarse similares, y a la libertad en la composición de los mismos, que no permite el establecimiento de todos y cada uno de los lineamientos para la calificación de los mismos, la Dirección de Personas Jurídicas en Circular No. 024-98 de 29 de setiembre de 1998, modificada por la Circular de la misma Dirección No. 017-99 del 8 de julio de 1999, dispuso los parámetros generales que se utilizan en la calificación de las similitudes entre denominaciones sociales, los cuales se enuncian a continuación:

Al determinar la posible existencia de similitud entre dos nombres sociales, no se debe perder de vista, que los nombres deben ser revisados sólo entre entidades de la misma naturaleza; es decir, no se indicará similitud entre una Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, etc., y una Fundación, Asociación o incluso una sociedad con sede en el extranjero, toda vez que, no se trata de una sociedad comercial inscrita en nuestro país.

Por otra parte, debe tomarse en cuenta lo que al respecto establece el artículo 103 del Código de Comercio, que en lo que interesa reza:

"La denominación se formará libremente, pero deberá ser distinta de la de cualquier sociedad preexistente, de manera que no se preste a confusión; es propiedad exclusiva de la sociedad e irá

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

precedida o seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A."

Tal y como se resaltó, el fin último de dicha norma es evitar que haya confusión entre los terceros, en relación con los nombres sociales inscritos y, es ese el primer factor que se debe tener en cuenta al realizar la calificación respectiva, de manera que si dos denominaciones no son lo suficientemente similares como para prestarse a confusión, no debe consignársele el defecto de similitud.

En este mismo sentido, debe tomarse en cuenta que el nombre social está compuesto por todos los términos que contenga más su aditamento, de manera que la calificación de éste, debe realizarse con respecto al nombre en forma global y no a uno o unos de los elementos o vocablos que lo componen.

Al determinarse la posible similitud, se deben contemplar aspectos tales como:

Similitud ortográfica: Parecido o semejanza entre dos denominaciones, en razón de su escritura similar. Se ha tomado como parámetro que la diferencia mínima entre dos nombres debe ser de tres letras, especialmente cuando los mismos estén compuestos por una sola palabra.

Similitud fonética: Parecido o semejanza entre dos denominaciones, en razón de su pronunciación similar.

Similitud ideológica: Parecido o semejanza entre dos denominaciones, que aunque se escriben y pronuncian de manera diferente, tienen un significado similar.

Hay que considerar que, términos tales como: Comercial, Comercializadora, Compañía, Consorcio, Corporación, Cooperación, Empresa, Empresas, Grupo, Inversiones, Inversora, Inversionistas, Sociedades y otros similares, denotan una generalidad y, por lo tanto, no califican o distinguen entre nombres cuyos demás componentes sean idénticos.

Asimismo, el uso de términos diminutivos, aumentativos y peyorativos en un nombre con respecto a otro ya inscrito, no hace suficiente diferencia; en este sentido pueden citarse ejemplos como: "El Farol S.A." y "El Farolito S.A.", "La Casa de Luz S.A." y "La Casita de Luz S.A."

Pero, por otra parte, si se utilizan vocablos que conllevan una

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

actividad específica, tales como Transportes, Turística, Agropecuaria, Importadora, Inmobiliaria, Almacén, Finca, Industrial, Químicos, Editorial, Imprenta, etc., si hacen diferencia, siempre y cuando no haya uno ideológicamente similar. Ejemplo: "El Tucán S. A." Y "Transportes El Tucán S.A."

El uso de lugares geográficos o puntos cardinales así como de números ordinales o cardinales no establecerá diferencia alguna entre nombres con identidad en los demás componentes. Por ejemplo: "El Tucán S.A." y "El Tucán del Este S.A."

Entratándose de nombres sociales similares, no se permite el consentimiento para el uso del nombre propuesto para su inscripción, por parte de los personeros de la sociedad inscrita, si éste se presta a confusión, todo de conformidad con lo dispuesto en el artículo 103 supra citado.

JURISPRUDENCIA

Inclusión de término de marca famosa o de renombre internacional ya inscrita impide su registro⁴

"I.- La oposición planteada debe acogerse. El artículo 29 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos (Ley 7978 del 6 de enero del 2000), prohíbe la constitución e inscripción de personas jurídicas, que en su razón o denominación social, incluyan una marca registrada a favor de un tercero, cuando su uso pueda causar confusión, salvo que el propietario de su consentimiento por escrito. Evidentemente, esa norma tutela los derechos de los titulares de marcas ya registradas y su aplicación efectiva requiere una coordinación de los Registros involucrados (Personas jurídicas y Propiedad Industrial), sin que ello afecte el principio de especialidad que rige cada Oficina, pues más bien se complementan. En el caso que ocupa nuestra atención, es claro que el nombre de la sociedad propuesta "Esprit Sociedad Anónima" incluye el término "Esprit", marca famosa o de renombre, propiedad de la empresa opositora Esprit Intenacional, sociedad organizada y existente, bajo las leyes del Estado de California, Estados Unidos de América, cuyo registro se encuentra tutelado en nuestro país, bajo los asientos 120516 y 108222, lo que impide la inscripción de esa razón social, en tanto generaría confusión en el mercado, en la creencia que se trata de la misma casa comercial, cuando no es así. En todo caso, es menester indicar, que los interesados en la constitución de la sociedad anónima, han propuesto un nuevo nombre, el cual deberá examinar la autoridad registral sobre su procedencia.- Se da por agotada la vía administrativa, por no

existir ulterior recurso.- "

Competencia desleal⁵

" III.-Muchas son las definiciones que se pueden encontrar en doctrina sobre lo que es la competencia desleal, pero del estudio y comparación de ellas, se podría dar un concepto genérico, que evidentemente podría ser superado, pero que para los fines aquí perseguidos podemos definir como aquél acto competitivo que, por implicar el uso de medios censurables a la luz de criterios de rectitud acordes con las circunstancias del momento, debe ser reprimido por el derecho, en defensa de los intereses de los demás competidores y de la comunidad en general.- Eso involucra que una persona: comerciante, industrial, profesional que se supone tiene clientela, quite a otra de la misma profesión todo o parte de su clientela con actos lesivos a la honestidad, para ello se emplea medios fraudulentos, dolosos o al menos culpables con la finalidad de realizar un acto de competencia para producir confusión con los productos o con la actividad de otro ocasionándole daño por descrédito o por apropiarse de la fama de los productos del otro o de la empresa de otro.- El ámbito para determinar la competencia desleal es muy basto y se debe analizar cada caso concreto determinando si hay daño efectivo o amenaza de daño. Así el artículo 17 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor 7472 del 20 de diciembre de 1994 publicada en la Gaceta del 19 de enero de 1995 hace un listado de algunos de esos actos que se consideran competencia desleal.- En el caso concreto tenemos que la actora es una sociedad mercantil inscrita en el Registro Mercantil desde el diecinueve de noviembre de mil novecientos sesenta y cuatro con la razón social de "Arquitectura e Ingeniería , Sociedad Anónima", que a su vez utiliza las siglas Aisa, sin embargo estas siglas no se registran en los índices del Registro Mercantil, para advertir de la existencia de esa sociedad, aunque si estén en su inscripción.- Esto obliga a que cualquier protección que se le quiera dar a esas siglas, se inscriban en el Registro de Marcas como nombre comercial para ser utilizado en la actividad de la compañía, y fue así que la actora hizo esa inscripción desde el doce de abril de mil novecientos sesenta y cinco para distinguir la actividad de la compañía en confección de proyectos, y diseños, confección de planos, supervisión y asesoría de todas las labores relacionadas con el planteamiento construcción y mantenimiento de obras que modo directo o indirecto se relacionen con las profesiones de ingeniería y arquitectura.- Al momento en que se practicó ese registro como marca el mismo tenía una duración de quince años, y así se hizo constar en el mismo título que ese registro entregó a

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

la actora.- Al establecerse una vigencia durante ese plazo, que hoy es de diez años de acuerdo con el artículo 20 de la Ley de Marcas y otros signos distintivos número 7978 del seis de enero del dos mil, y la que obliga a su renovación para mantener su exclusividad por períodos sucesivos y en forma indefinida.- Esa renovación no la hizo la actora, produciéndose una caducidad de su derecho.- En este aspecto, en cuestión de marcas hay dos sistemas para su protección, el llamado sistema atributivo o dispositivo que es de origen alemán y que sigue nuestra legislación que protege al que inscribe el signo distintivo de sus productos, mercaderías o servicios, a contrario del llamado declarativo que es de origen francés en que el comerciante se concreta al uso de un signo para distinguir sus productos, mercaderías o servicios y en éste el Registro nada agrega al derecho preexistente. Por su lado, la demandada se inscribió en el Registro Mercantil el dos de noviembre de mil novecientos noventa y nueve, con la razón social "Aisa Comercial, Sociedad Anónima", y no hizo gestiones de inscribir en el Registro de Marcas como nombre comercial su razón social a pesar de que la marca de la actora estaba caduca.- Es un hecho también conocido y público que el Registro Mercantil, no consulta al de Marcas ni éste a aquél para realizar cada uno su inscripción, descordinación que puede llevar a causar algún problema a sus usuarios.- Evidente también que para inscribir la demandada su razón social consultó con el índice de nombres de sociedades que lleva el Registro Mercantil, y éste para inscribir también lo hace, y al no estar registrada en esos índices las siglas de una sociedad, no encuentra problema en inscribir otra sociedad con las siglas de otra ya inscrita.- Ese descontrol no es achacable al usuario, y no hay mala fe, por lo menos la buena fe se debe presumir, de parte de quien inscribe posteriormente y con el beneplácito del Registro.- De acuerdo con la normativa de la citada Ley de Marcas y otros signos distintivos, cuando se registra una marca de fábrica o comercio goza su titular del derecho exclusivo de impedir que sin su consentimiento terceros utilicen en el curso de operaciones comerciales, signos idénticos o similares para bienes o servicios iguales o parecidos a los registrados para la marca para evitar la confusión. El registro de la marca confiere el derecho de prohibir a un tercero el uso de ella Sin embargo ese derecho tiene un límite pues el Registro de una marca no confiere el derecho de prohibir que un tercero use en relación con productos o servicios en el comercio su propio nombre. (artículos 25, 26 y 27 de dicha ley), todo a pesar de que una persona jurídica no puede constituirse o inscribirse en un registro público con una razón o denominación social que incluya una marca registrada a nombre de un tercero, cuando el uso de esa razón o denominación pueda causar indefensión, salvo el consentimiento que se de por escrito (artículo 29 ibídem).- Cuando

Centro de Información Jurídica en Línea
Convenio Colegio de Abogados – Universidad de Costa Rica

la demandada inscribió su razón social en el Registro Mercantil, ya la marca de la actora estaba caduca, en consecuencia no viola el principio consagrado en la norma antes dicha.- A lo anterior hay que agregar que la actora no demostró que en su papelería y otros utilice la palabra Aisa para identificar su actividad, por lo que no se demuestra la confusión que pudiera tener el público que pretenda utilizar los servicios suyos .- Por su lado, la demandada está utilizando su nombre con el derecho que le concede su inscripción en el Registro, sin que se haya demostrado que al utilizar el mismo trate con dolo o culpa de inducir a error al público en perjuicio de los intereses de la actora.- Se demostró que en un panfleto se daba a conocer en un proyecto de vivienda como Aisa Comercial S.A., pero esa es su razón social debidamente inscrita.- Incluso sostiene la demandada que el proyecto no prosperó y dejó esa actividad, y lo contrario no fue demostrado por la actora.- No encuentra el Tribunal, al igual que lo hizo el A-quo, que la demandada desarrolle alguna actividad que se enmarque dentro del concepto de competencia desleal como para poder acoger esta pretensión, utiliza su nombre porque así se lo ampara su Registro, sin que se pueda resolver aquí sobre la nulidad de su inscripción y la cancelación de ella del Registro Mercantil, sin que se le pueda tampoco obligar a no hacer uso de su nombre y mucho menos a la condena en suma expresa como se ha pedido en la petitoria de la demanda.- Si encuentra el Tribunal error del A-quo en decretar la caducidad del derecho de marca en que se ampara la parte actora, porque ese pronunciamiento ni se ha pedido, ni corresponde hacerlo en este proceso, extremo que debe anularse de la parte dispositiva del fallo apelado.- Disiente también el Tribunal en cuanto condenó a la actora al pago de las costas del proceso, pues evidentemente ésta litigó de buena fe, y al amparo del numeral 222 del Código Procesal Civil se le debe exonerar de esa carga procesal.- "

Fuentes Utilizadas

- 1 LEY N°7978 del seis de enero del dos mil.
- 2 REGISTRO NACIONAL. Manual de tramites personas jurídicas [en línea].Consultado el 26 de febrero del 2007 en:
<http://www.registronacional.go.cr/htm/juridicas/manual.htm#24>
- 3 REGISTRO NACIONAL. Manual de tramites personas jurídicas [en línea].Consultado el 26 de febrero del 2007 en:
<http://www.registronacional.go.cr/htm/juridicas/manual.htm#24>
- 4 TRIBUNAL CONTENCIOSO ADM, SECCIÓN III. Resolucion N° 1389 del diecisiete de agosto de dos mil uno.
- 5 TRIBUNAL PRIMERO CIVIL. Resolucion N° 831 del seis de julio del 2001