

## **El nombre de las persona jurídicas. Regulación por el Código Civil y Comercial. Nombre, marcas y otros signos distintivos**

*Luis Eduardo Vidart*

El art. 151 del Código Civil y Comercial establece que la persona jurídica debe tener un nombre que la identifique como tal con el aditamento de la forma jurídica adoptada. En el segundo párrafo señala que: “el nombre debe satisfacer recaudos de veracidad, novedad y aptitud distintiva, tanto respecto de otros nombres, como de marcas, nombres de fantasía u otras formas de referencia a bienes y servicios, se relacionen o no con el objeto de la persona jurídica”.

El nuevo artículo recepta la normativa vigente en materia societaria y la regulación dictada por la Inspección General de Justicia (Res. 7/2005). El Código trata de preservar el carácter único del nombre de las personas jurídicas, de modo que no sea confundible con la denominación de otra entidad. Debe ser visiblemente distinto de otros nombre sociales y de referencias que lo asimilen a otras persona jurídicas, como también de marcas, nombres de fantasía u otra referencias a bienes y servicios, se relacionen o no con el objeto dela persona jurídica.<sup>27</sup>

La nueva legislación introduce como requisitos la veracidad, novedad y aptitud distintiva. La primera se refiere a que el nombre refleje razonablemente la finalidad de la persona jurídica, contenida en su objeto. En cambio la novedad y la aptitud distintiva persiguen la adopción de nuevas denominaciones, impidiendo confusión de otros nombres ya adoptados e inscriptos. Se prohíbe además, que contenga términos o expresiones contrarios a la ley, el orden público y las buenas costumbres.<sup>28</sup> La Res. 7/2005 de la Inspección General de Justicia, ya había adoptado estos principios propios del derecho

---

<sup>27</sup> LORENZETTI, *Código Civil y Comercial Comentado*, t. I, p. 600 y ss., Rubinzal-Culzoni,

<sup>28</sup> NIEL PUJ ,Luis, *Personas Jurídicas Privadas*, Rubinzal-Culzoni, p. 46 y ss.

marcario como son la veracidad, novedad e inconfundibilidad, lo que permite aplicar la jurisprudencia existente en esta materia tanto nacional como extranjera. Pero a esos requisitos establecidos en el Código se agrega otro (referido a la notoriedad (art. 59 Res. 7/2005) que significa que algo sea generalmente conocido referido al prestigio nacional o internacional de sociedades extranjeras, marcas, nombre comerciales<sup>29</sup> (art. 59 Res 7/2005 IGJ).

La identificación de la persona jurídica mediante una denominación propia es consecuencia de la personalidad distinta de los miembros que la componen. *El nombre de la persona jurídica* constituye un derecho y un deber impuesto por motivos de interés general. El nombre es la designación exclusiva que corresponde a cada persona. Constituye un valor en lo jurídico, económico y social; importa por tanto que esa unidad valiosa aparezca al solo enunciado de una palabra sin equívoco ni confusión posible. Como la función del nombre es la identificación, debe ser exclusivo a diferencia del nombre de los seres humanos, como ocurre con el nombre de pila o incluso el apellido que pueden repetirse, pero en ese caso la identificación estará dada por el número de documento de identidad que es único.

*El nombre comercial* en cambio está compuesto por signos distintivos que en su conjunto protegen la titularidad de la empresa o hacienda comercial, en función de su organización y como resultado de la actividad empresarial.<sup>30</sup> Al decir de Ferrara, se está ante la impersonalización de un signo distintivo, el cual no hace referencia a una determinada persona física, sino abstractamente al titular de la hacienda, al sujeto que está frente a ella en el ramo que se ocupa, y es un medio de atracción de la clientela. Mientras que el nombre de la persona jurídica en caso de sociedades, además de esas funciones revela la incorporación de la sociedad en el ámbito de la tipología societaria y a la consecuente regulación positiva, por ello se debe adicionar la forma jurídica adoptada y aclarar si se encuentra en estado de liquidación.<sup>31</sup>

El nombre comercial ha sido objeto de protección a fin de evitar la piratería como moderna manifestación del comercio desleal. El nombre elegido para designar una empresa comercial puede no desempeñar la función de firma, sino únicamente tener una finalidad de propaganda para llamar la atención del público. Uno de los requisitos exigidos para establecer si existe usurpación

---

<sup>29</sup> MONTELEONE, LANFRANCO Alejandro, *Doctrina societaria y Concursal* abril 2014, p. 391 y ss. VÍTOLO, *Ley de Sociedades Comerciales*, t. 1, p. 217, Rubinzal-Culzoni.

<sup>30</sup> *Enciclopedia Jurídica Omeba*, t. XX, p. 307

<sup>31</sup> RIVERA, Julio, *El nombre en los derechos civil y comercial*, p. 125, Astrea y del mismo autor *Instituciones del Derecho Civil*, t. II, p. 844

del nombre comercial es que debe ser factible la atracción o desviación de la clientela ajena. Esto resulta claro en ramos similares de actividad económica. Sin embargo es posible la usurpación del nombre comercial aún cuando se trate de actividades diferentes, siempre que pueda determinarse el ánimo de usufructuar ilícitamente un prestigio obtenido por el usuario de ese nombre (práctica que puede enmarcarse en el campo de la competencia desleal). La solución propugnada por la doctrina y jurisprudencia italiana es la imposición judicial al usurpador de un nombre de abstenerse de seguir utilizándolo, u ordenar que lo cambie bajo apercibimiento de fijarse astreintes por cada día de retraso en la ejecución de la sentencia además de la eventual indemnización por daños y perjuicios, medidas cuya efectividad depende la solvencia de los fundadores. Otra medida eficaz es la declaración de nulidad del acto constitutivo de la sociedad usurpadora, en tanto el negocio constitutivo carecería de un requisito de validez. Incluso podría considerarse que el objeto del contrato es ilícito (no el objeto social), en cuanto se trataría de una sociedad creada para realizar actos de competencia desleal, por cuanto la usurpación de un nombre comercial persigue innegablemente un objeto ilícito.<sup>32</sup>

Por su parte la marca es esencialmente un signo que distingue un producto o un servicio de otro similar. Por el principio de especialidad, (art. 10 ley 22.362) el titular de una marca registrada en una clase de productos o servicios determinada sólo puede oponerse al registro de otra igual o semejante respecto de la clase o clases donde tiene registrada la suya. La teoría de la Dilución protege un signo distintivo contra la existencia de otro similar, pero sin tener en cuenta el principio de especialidad (o sea en todas las clases), se aplica en el caso de marcas notorias.

Es común que un mismo signo e utilice como nombre de la persona jurídica, y al mismo tiempo como nombre comercial y como marca. Sin embargo cada uno de ellos cumple una función distinta y de allí el carácter de la protección. El interés jurídico protegido en el caso del nombre de la persona jurídica es la identificación como sujeto de derecho, es un atributo de la personalidad por lo tanto único e inherente a ella, y no puede confundirse con otros sujetos. En cambio la protección del uso exclusivo del signo distintivo utilizado como nombre comercial o marca, se encuentra en el campo de la propiedad industrial y tiene por finalidad proteger un derecho patrimonial que se traduce en uso exclusivo pero con una finalidad distinta al nombre de la persona jurídica. De hecho y a diferencia de este último aquellos pueden ser objeto de negociación, el nombre comercial por ejemplo puede ser transferido con el fondo de

---

32 OLIVERA, GARCÍA Ricardo, *Estudios de Derecho Societario*, p. 114, Rubinzal-Culzoni.

comercio, la marca también puede ser también transferida, o aportada a una sociedad, Incluso pueden otorgarse franquicias en la que el nombre comercial reviste una importancia sobresaliente Y un mismo sujeto podría ser titular de varias marcas y otros signos distintivos como emblemas o enseñas.

Ahora bien, el nombre que identifique la persona jurídica, debe encontrarse disponible en el ámbito jurídico El carácter novedoso establecido en el código es respecto de otros nombres y de las marcas y otros signos distintivos *se relacionen o no con el objeto de la persona jurídica*. El fin es evitar la posibilidad de confusión de las personas y el aprovechamiento del esfuerzo ajeno.

Para evitar la confusión de los nombres de la persona jurídica se han adoptado distintas soluciones. En el caso de sociedades, en nuestro país es posible hacer un registro preventivo del nombre, y este se efectúa en base a denominaciones de sociedades locales, o del exterior inscriptas o en trámite de inscripción y de reservas anteriores Sin que a ello obste a la objeción posterior de la denominación<sup>33</sup>. Debe recordarse que nuestro sistema registral no tiene efectos saneatorios. Pero en materia de inscripción de sociedades, asociaciones y fundaciones, nuestros registros son locales y se debe evitar que personas inscriptas en distintas provincias tengan el mismo nombre o uno similar que se preste a la confusión. Por cuanto su actuación puede trascender el ámbito de su jurisdicción, pueden cambiar de domicilio o establecer sucursales. El Código Civil y Comercial deroga los artículos del Código de Comercio relativos al Registro Público de Comercio, y ahora establece un Registro Público (que no regula). Pero no derogó las leyes 22.280, 22.315 y 22.316). Tampoco la Ley 26.047 que regula el Registro Nacional de Sociedades por Acciones, Sociedades no Accionarias, Sociedades Extranjeras, Asociaciones y Fundaciones a cargo de la Inspección General de Justicia. Sin embargo se trata de una es una ley marco a las que las provincias pueden adherir o no, y no comprende la totalidad de las personas jurídicas (ej. cooperativas, mutuales, entre otros ya que el Código no restringe la novedad al nombre de otras sociedades). Resulta conveniente que para el control de homonimia se cuente con un certificado con validez en todo el territorio de la nación (pudiendo implementarse incluso la firma electrónica), sin que por ello se afecte el federalismo por cuanto las Autoridades que tengan función de Registro en las provincias seguirán ejerciendo las funciones de control de los requisitos legales y fiscales (*facultad que no obstante la disvaliosa<sup>34</sup> modificación del art. 6 de la ley 19.550 algunos consideran implícita<sup>35</sup>*). De hecho existe un Registro Na-

---

33 VITOLO, *Ley Comentada*, ob. cit., p. 218.

34 VITOLO Daniel, *Comentario a las Modificaciones de la Ley 26994 a la Ley General de Sociedades*, p. 99, Ad-Hoc.

35 JUNYENT BAS FRANCISCO y FERRERO LUIS Facundo, *Reformas a la Ley de Sociedades por Ley 26.994*, p. 117, Advocatatus.

cional de Personas físicas (hoy humanas) que es el que expide un Documento Nacional de Identidad (Ley 17.671) que coexiste con el Registrados de Estado Civil y Capacidad de las Personas que se mantienen en el ámbito local. Otra iniciativa atendible y que otorga celeridad en la inscripción, es la formar una Bolsa de Denominaciones, como ocurre en el Registro Mercantil Central de España (con 1500 nombres), creada en base a una lista oficial de actividades económicas, que acredita, mediante la calificación registral, su no coincidencia con otras denominaciones preexistentes y, por lo tanto, su disponibilidad inmediata para el interesado.

Ahora bien el control de la novedad respecto a nombre comercial y las marcas y otros signos distintivos tiene algunas particularidades. Respecto al primero se adquiere con el uso, por lo que no existe una base de datos confiables, por lo que solo podrá hacerse en el caso de notoriedad Y en relación a las marcas, porque se rigen por el principio de especialidad, lo que significa que la protección solo se otorga respecto la clase de productos o servicios en el que se registre, y nada impide que otra persona registre el mismo signo para una clase distinta, no vemos porque el Código establece la imposibilidad de adoptar como nombre un signo de distinción inscripto *se relacione o no con el objeto de la persona jurídica*. En todo caso el signo ya registrado en una clase, debería implicar una limitación al objeto de la persona jurídica cuya actividad no podría comprender productos o servicios de la clase en cuestión pero como los sostiene parte de la doctrina no vemos la necesidad de que se extienda la prohibición a todas las clases, excepto claose trate de una marca notoria<sup>36</sup>.

Es frecuente que las empresas elijan una denominación y la protejan como marca, nombre comercial, denominación social y nombre de dominio para concentrar sus esfuerzos y sus inversiones publicitarias. Pero también es posible, que coexistan registralmente marcas y nombres comerciales idénticos o similares, pertenecientes a titulares diferentes, pero destinados a ámbitos mercantiles distintos, siempre que excluyan el riesgo de error o confusión. No será posible la inscripción de una denominación social idéntica a otra anteriormente inscrita, aunque sus actividades mercantiles sean distintas, ni la inscripción de un nombre de dominio coincidente con otro anteriormente inscrito, sea cual sea la actividad que vaya a desarrollarse con uno y otro. Pero cuando se trata de signos relativos a la propiedad industrial la razón de evitar el uso es la de evitar la competencia desleal y ella no se produciría en actividades distintas. Excepto el caso de marca o nombre comercial notorio, para lo que regiría la teoría de la dilución, pero lamentablemente el Código no lo aclara.

---

<sup>36</sup> JUNTENT BUS y FERRERO, ob. cit., p. 36.

En conclusión entendemos que si bien la norma analizada en la parte pertinente resulta auspiciosa, traerá dificultades en su aplicación puesto que requiere combinar la actividad de distintos registros (Sociedades, otras personas jurídicas, marcas, incluso nombres de dominio), que se encuentran en distintos ámbitos de la administración, lo que requiere una mayor organización en el control y de allí la conveniencia de que la expedición del certificado con validez nacional y de una interpretación jurisprudencial compatible con el régimen jurídico de la propiedad industrial.