

LA DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DE COMPAÑÍAS MERCANTILES. ANÁLISIS Y DIFERENCIAS CON EL NOMBRE COMERCIAL EN EL ECUADOR

THE BUSINESS NAME OF COMMERCIAL COMPANIES. ANALYSIS AND DIFFERENCES WITH THE COMMERCIAL NAME IN ECUADOR

Ruth Villamar Segura, Mgtr.

 <https://orcid.org/0000-0002-1148-9687>

Investigadora independiente, Guayaquil, Ecuador.

abg.ruthvillamar@gmail.com

Carlos Carrión Márquez, Mgtr.

 <https://orcid.org/0000-0002-5951-6410>

Universidad Tecnológica ECOTEC, Samborondón, Ecuador.

ccarrion@ecotec.edu.ec

ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

Recibido: 7 de febrero de 2022

Aceptado: 8 de agosto de 2022

RESUMEN

Algunas especies de sociedades mercantiles tienen que reservar su denominación o razón social ante la plataforma informática de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, por ser el organismo de control competente. Sin embargo, las compañías que buscan posicionarse en un determinado mercado podrán, al mismo tiempo, utilizar un nombre comercial que les permitirá distinguirse en las actividades que vayan a emprender. Para lo cual, deben seguir el debido proceso administrativo el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales en cuanto a su registro, tratándose de un acto jurídico diferente al efectuado al momento de constituirse y registrarse como compañía. En ese contexto, es importante precisar que la denominación o razón social de una compañía no es lo mismo que su nombre comercial, lo cual no constituye un elemento excluyente al momento de empezar con las actividades comerciales, pero sí es importante obtenerlo ya que garantiza su propiedad y surtirá efectos.



erga omnes frente a cualquier uso indebido. Finalmente, los resultados obtenidos en esta reflexión buscan abordar, de forma integral, cuáles son los procesos a identificar respecto al proceso de registro de una denominación o razón social y - por cuerda separada - conocer todo lo necesario sobre el nombre comercial, como propiedad intelectual, y su importancia en las actividades mercantiles.

Palabras claves: Compañía, denominación, nombre comercial, razón social, registro.

ABSTRACT

Some types of commercial Companies must reserve their business name or company name on the digital platform of the Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros since it is the competent control body in the country. However, companies seeking to position themselves in a certain market may, at the same time, use a commercial name that will allow them to distinguish themselves in the activities they are going to undertake. This is why the Servicio Nacional de Derechos Intelectuales must follow the proper administrative process regarding their registration, in the case of a legal act different from the one carried out at the time of incorporation and registration as a Company. In this context, it is important to specify that the name or business name of a company is not the same as its commercial name, which is not an exclusive element when starting commercial activities, but it is important to obtain it since it will guarantee its property and will take effect to everyone against any misuse. Finally, with an integral analysis, this document aims to address and identify the processes behind the registration of a name or company name and all the relevant information about the commercial name, intellectual property and its importance in commercial activities.

Keywords: Business name, company, company name, registration.

INTRODUCCIÓN

Se debe indicar, en términos generales, que el contrato es la fuente por excelencia de las obligaciones mercantiles, porque recoge aquellos acuerdos de voluntades por virtud de los cuales se producen o transfieren obligaciones o derechos (Díaz, 2017). Siendo el contrato una especie de acto jurídico y, por ende, voluntario, es necesario que la voluntad de las partes contratantes se exteriorice de algún modo, pues “ningún hecho tendrá el carácter de voluntario, sin un hecho exterior por el cual la voluntad se manifieste (De Reina, 2010).

Las seis especies de sociedades recogidas en el artículo 2 de la Ley de Compañías señalan cuáles son las permitidas para realizar actividades de comercio en el Ecuador. Sin embargo, para efectos de análisis del presente artículo, serán revisadas exclusivamente las compañías anónimas, de responsabilidad limitada, las sociedades por acciones simplificadas (S.A.S), economía mixta y comandita por acciones porque se encuentran bajo la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, de acuerdo a lo estipulado en el artículo 431 de la Ley de Compañías, que regula el proceso de reserva de denominación y registro.

De allí que es importante determinar que el contrato de compañía que vaya o vayan a celebrar el o los intervinientes, según la especie de sociedad escogida, sea acorde a los actos de comercio a realizar, conforme a vasto listado enumerativo que se encuentra en el artículo 8 del Código de Comercio ecuatoriano, sin perjuicio de efectuar cualquier otra actividad que no se encuentre en el precitado listado y sea encontrado en el mismo cuerpo legal en los ulteriores artículos; o, en su defecto, sean actos que se encuentren detallados en otras leyes especiales; o, simplemente, sean aquellos contratos atípicos (innominados) que tengan un objeto lícito, a nivel nacional e internacional.

El contrato de compañía forma parte de la categoría de los contratos formales (excepto para la constitución de las SAS si es que no se aportan bienes que requieren solemnidades) ya que la propia Ley de Compañías exige ciertas exigencias para que la voluntad de las partes, a través de la creación de una persona jurídica, surta efectos frente a terceros, sea cual fuere la especie de sociedad escogida.

Son formales los contratos para los cuales “la ley ha dispuesto que debe observarse una forma determinada. Estos contratos son solemnes o de forma requerida *ad solemnitatem*; y la inobservancia de la forma legal por parte de los contratantes produce la nulidad del contrato (De Reina, 2010).

Por lo tanto, al tener identificada la especie de sociedad a ser utilizada constituirá un avance esencial porque resulta justo y necesario que los futuros socios, accionistas o accionista conozcan cuales son las fortalezas, debilidades y obligaciones que contraen al momento de constituir una compañía y dotarla de su correspondiente personalidad jurídica porque cada una guarda sus elementos diferenciadores, principalmente en cuanto al alcance de sus responsabilidades frente a la sociedad.

De esta manera, el otro aspecto a tomar en cuenta es la denominación o la razón social a utilizarse, teniendo como punto de partida que el concepto de denominación posee diferencias con la definición de razón social en materia societaria.

Es preciso tener presente, a modo introductorio, que la denominación es aquel nombre que el o los integrantes de una sociedad han o ha decidido crear a través de combinaciones de nombres ficticios o de fantasía (denominación subjetiva) más la actividad comercial que vayan a realizar (denominación objetiva).

Mientras que la razón social son los nombres y apellidos de los socios o accionistas que van a constar, de forma obligatoria, para las compañías en nombre colectivo (socios), en comandita simple y en comandita por acciones, siendo en estas dos últimas, en las que se mostrarán los nombres de todos los socios o quienes vayan a ejercer la administración de la sociedad (comanditados).

No obstante, de lo señalado en el apartado anterior, puede haber excepciones porque las demás especies societarias – materia del presente análisis - también podrán utilizar el o los nombres y/o apellidos de cualquiera de los socios, accionistas o accionista más la actividad que realizarán (denominación).

Merece la pena subrayar que las diversas especies societarias materia de este artículo presentan elementos propios conocidas como compañías de personas (*intuito personae*), de capital (*intuito pecuniae*), y mixtas (*híbridas*), que serán profundizadas en líneas posteriores.

En consecuencia, es esencial hacer esta referencia porque resulta imperioso tener la claridad suficiente para saber que es una denominación o razón social, sea cual fuere su especie societaria, porque tendrá que ceñirse a los lineamientos de la Ley de Compañías y normativos expedidos por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros que se irán analizando a lo largo de este trabajo.

Por su parte, el nombre comercial es una figura que, regularmente, tiende a confundirse con la denominación o razón social de una compañía por cuanto estas dos figuras guardan una íntima relación entre sí; no obstante, estas carecen de una coordinación tanto a nivel doctrinal, como a nivel legislativo y administrativo considerando que cada una es regulada por materias distintas; por ende, son estudiadas por dos ramas diferentes del derecho: la Propiedad Intelectual y Societario, respectivamente.

En tal virtud, tienen normativas distintas que las regulan, las mismas que serán analizadas dentro del presente trabajo.

En este orden de ideas, el nombre comercial forma parte del universo de la propiedad intelectual. Para ser exactos, se lo encuentra dentro de la propiedad industrial, como parte de los signos distintivos; en este caso, es imperativo referirse al instrumento base del reconocimiento de la propiedad industrial, para lo cual está el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, que data del año 1883 y que fue publicado en el Registro Oficial No. 244 de 29 de julio de 1999, el mismo que está dividido en dos grupos que son: las patentes de invención y el derecho marcario. En el grupo del derecho marcario se encuentra, entre otros, el nombre comercial.

De ahí que en el referido instrumento internacional se sientan las bases de la protección a esta figura de la propiedad intelectual – propiedad industrial, es así que, en el artículo 1, numeral 2), determina que la protección de la propiedad industrial tiene por objeto “(...) *el nombre comercial*”.

Finalmente, se revisará como el nombre comercial evolucionó en el Ecuador y sus aspectos más importantes que deberán tenerse en cuenta con la finalidad de entender integralmente esta importante rama del derecho, principalmente, en el posicionamiento y desarrollo de actividades de comercio.

REVISIÓN TEÓRICA

Compañías intuito personae

Las compañías *intuito personae* son aquellas en las que interesan quienes son los socios que la integran porque su naturaleza jurídica radica en conocer a los participantes de dicha sociedad y establecer sus responsabilidades limitadas e ilimitadas.

De las compañías de personas se puede señalar que formarán parte de ellas en el nombre colectivo, en comandita simple y en comandita por acciones, siendo esta última especie societaria materia de nuestro análisis por las razones expuestas al inicio del presente artículo.

Se las conoce como *intuito personae* porque no pueden hacer el comercio sino bajo una razón social. Es decir, que, en estas compañías, su nombre es el nombre de uno de los socios solidarios, de varios o de todos ellos con la agregación de las palabras “y compañía” o “compañía en comandita”. Son sociedades de personas las compañías en nombre colectivo y las en comandita simple. (Cassis, 1973).

En vista que las compañías en nombre colectivo y en comandita simple no son aprobadas en cuanto a su constitución por parte de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, no serán objeto de análisis.

Para terminar, los socios de las compañías en nombre colectivo tendrán responsabilidad solidaria e ilimitada frente a la sociedad. Respecto a los socios de las compañías en comandita simple y en comandita por acciones, será revisado en el apartado de las compañías mixtas (híbridas) por ser diferentes unos de otros.

Compañías intuito pecuniae

Las compañías de capital, a diferencia de las de personas, no pueden hacer el comercio sino bajo una denominación social, o denominación objetiva. Su nombre está dado, generalmente, por la naturaleza de su tráfico comercial o por la índole del negocio a que se dedican, aunque no son pocas las que adoptan nombres de fantasía (Cassis, 1973).

Por ende, en este tipo de compañías apenas juegan las condiciones personales de sus integrantes ya que lo importante es la aportación que haga cada uno en el capital social, sin importar quienes forman parte de ellas con tal de que efectúen la contribución comprometida, en los términos y condiciones señalados en el contrato de compañía.

Las sociedades anónimas son por excelencia compañías de capitales porque ninguna otra especie ofrece tal importancia en el ejercicio de cualquier actividad comercial. La división de su capital social en el número de acciones que posea cada accionista, su versatilidad y fácil negociación, así como su cesión de acciones sin formalidades, permite que cualquier persona natural o jurídica que desee formar parte de esta especie de sociedad lo haga sin limitación de ninguna índole.

Tal es así que, por mandato legal, en el Ecuador las compañías dedicadas a actividades de seguros y financieras siempre serán sociedades anónimas gracias a su naturaleza capitalista en virtud del aporte de altas sumas de bienes y flexibilidad en cuanto a la integración de nuevos accionistas sin importar el número de participantes que hubiere (*Cfr. Arts. 3 Ley General de Seguros y 389 Código Orgánico Monetario y Financiero*).

Por otro lado, se puede encontrar las sociedades por acciones simplificadas (SAS), cuya especie societaria formó parte de la actual Ley de Compañías a partir de la expedición de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, promulgada en el Registro Oficial No. 151, de 28 de febrero de 2020, la cual es conocida como una especie societaria diseñada para

emprendedores por la flexibilidad para su constitución y así realizar actividades mercantiles permitidas por la Ley.

Las sociedades por acciones simplificadas es aquella que se constituye con una o más personas físicas que solamente están obligadas al pago de sus aportaciones representadas por acciones (Pérez, 2017).

Vale la pena hacer énfasis respecto a la responsabilidad de los accionistas de las compañías *intuito pecuniae* frente a la sociedad, ya que son responsables de forma limitada, esto es, hasta el monto de sus respectivas aportaciones en la compañía.

Para pagar las obligaciones de la sociedad no se puede hacer presa en el patrimonio particular del socio o del accionista si la compañía no tuviere más bienes para el pago de aquellas (Cassis, 1973).

De cualquier modo, se debe aclarar que de acuerdo al artículo innumerado (Limitación de responsabilidad) insertado a partir del artículo 317 de la Ley de Compañías, las sociedades por acciones simplificadas (SAS) sí poseen excepciones en cuanto a la responsabilidad de los accionistas, siempre y cuando, los accionistas hayan renunciado de manera expresa y por escrito a este principio. Por lo tanto, los accionistas renunciantes serán solidaria e ilimitadamente responsables por todos los actos que ejecutare la sociedad.

Compañías híbridas

Las compañías mixtas (*híbridas*) son aquellas que poseen elementos de sociedades de personas y de capitales porque deben coexistir dichos elementos, y su importancia radica en saber quiénes son los socios (principio de confianza) y, a su vez, en la obligación de efectuar su aporte económico al capital social de la compañía.

Como primer postulado, puede establecerse que es una compañía de carácter “híbrida” porque deben convivir en armonía elementos personalistas y elementos capitalistas. Se dice que se trata de una “sociedad medio hermana de la a nombre colectivo y de la anónima” (Uría, 1997).

Las compañías de responsabilidad limitada es la única de la que puede decirse que participa de la calidad de compañía de persona y de capital (híbrida) y la que puede adoptar razón social o denominación social (Cassis, 1973).

De allí que las compañías de responsabilidad limitada forman parte de las sociedades mixtas porque además de los aspectos señalados en líneas anteriores, también se la conoce

como una sociedad cerrada porque la propia normativa no permite que puedan ingresar otras personas ajenas a la compañía sin el consentimiento de los demás socios, y tampoco pueden ser integradas más de quince socios (*Cfr. Art. 95 Ley de Compañías*).

Por otro lado, las compañías en comandita por acciones tienen su antecedente en las compañías en nombre colectivo y en comandita simple ya que predomina su elemento personal, lo cual significa, que se trata de una especie de sociedad en la que importa sus integrantes (socios). A pesar de aquello, se la considera como una compañía híbrida porque debe observarse la responsabilidad limitada e ilimitada (solidaria) de sus integrantes, esto son, los socios comanditados (administradores) y los socios comanditarios (suministradores de fondos).

Se hace énfasis que solamente los socios comanditados tendrán responsabilidad solidaria e ilimitada frente a la sociedad, ya que los comanditados ejercen las funciones de administradores de los recursos aportados por los comanditarios, dada su propia naturaleza en cuanto a sus atribuciones de velar por los recursos invertidos y ser responsables ante cualquier situación que pueda comprometer los bienes de la sociedad. Esta misma regla se aplica para los socios de las compañías en comandita simple.

Las razones de esta exclusión hay que buscarlas tanto en la condición de socio limitadamente responsable del comanditario, que podría inducirle a realizar operaciones demasiadas arriesgadas, como en la necesidad de proteger el interés de los terceros de buena fe contra el fácil equívoco de creer ilimitadamente responsable al socio que contrata en nombre de la sociedad (Uría, 1997).

Sin embargo, dentro de la estructura de las compañías en comandita por acciones los comanditados están obligados a suministrar, al menos, la décima parte del capital social, lo cual no los excluye de la responsabilidad solidaria e ilimitada frente a la sociedad; y, el resto será aportado por los comanditarios, quienes tendrán responsabilidad limitada por ser únicamente socios capitalistas (suministradores de fondos), conforme lo estipulado en el artículo 301 de la Ley de Compañías.

En ese orden de ideas, el artículo 303 de la precitada ley que regula las sociedades establece que las compañías en comandita por acciones existirán bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras “compañía en comandita” o su abreviatura.

A continuación, las compañías de economía mixta tienen su antecedente a partir de la promulgación del Código de Comercio francés de 1807, que reguló el derecho mercantil consuetudinario y profesional a través de disposiciones que permitieron que las actividades comerciales dejen de ser exclusivas de las corporaciones y gremios de mercaderes como ocurría durante la Edad Media.

En ese marco, en la economía liberal cada empresario vivía por sí y para sí sin otro fin que el de elevar al máximo sus ganancias, y sólo indirectamente servía a los intereses generales de la economía en cuanto a su prosperidad particular anteponiendo sus ganancias al bien común y de la colectividad. No obstante, al tener presencia el Estado a través de las normativas promulgadas en el ordenamiento jurídico, se dio nacimiento a un nuevo tipo de empresas (mixtas o nacionalizadas) consagrados en la constitución (Uría, 1997).

En consecuencia, las compañías de economía mixta forman parte de las compañías híbridas en vista que la naturaleza jurídica de esta especie societaria es la complementación de la inversión privada y pública, a través de las dependencias del Estado, en cuanto a la inversión de recursos públicos para llevar a cabo las actividades señaladas en el artículo 309 de la Ley de Compañías, destacándose la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

Así pues, esta especie societaria va a tener interés de saber quiénes son los socios porque una parte del capital social será integrado y pagado con recursos públicos, lo cual genera una sensibilidad mayor en cuanto al objeto social de la compañía y permitirá constatar que dichos recursos fueron ganancias y no pérdidas para la sociedad.

Finalmente, la responsabilidad de los integrantes de las compañías de economía mixta se sujetará a las ya señaladas en las sociedades *intuito pecuniae*, en virtud de lo establecido en el artículo 311 de la Ley de Compañías, prescribiendo que la disposición relativas a la compañía anónima será aplicable a esta especie societaria, siempre y cuando no fueren contrarias a las contenidas en la Sección donde se encuentra regulada.

La denominación y la razón social

Tal como fue señalado en la introducción de este artículo, al hacer referencia a la denominación es importante hacer una subclasificación entre la denominación objetiva y subjetiva, y diferenciarla con la razón social que será utilizada – de forma obligatoria – en las

compañías en comandita por acciones; y, voluntariamente en las sociedades anónimas y de responsabilidad limitada, a la que se le agregará la denominación objetiva.

La denominación objetiva es el nombre que se relaciona con la naturaleza de la actividad en que opera la compañía; pudiéndose también en la práctica dar a las compañías un nombre de fantasía o cualquier designación que no tenga tal relación; o una combinación de fantasía y actividad (Ramírez, 1998).

Para ilustrar el criterio citado, se puede decir que el mismo no es del todo correcto ya que la denominación objetiva se refiere a la actividad emprendida por las compañías, principalmente las de capital, cuya denominación no puede pasar desapercibida y debe constar dentro de su denominación.

De allí que debe hacerse énfasis que los nombres de fantasía o designación basados en un nombre ficticio o que contenga elementos de creatividad se los conoce como denominación subjetiva porque tiene como origen la creación de un nombre único, diferenciador, que estará acompañada por la denominación objetiva (actividad a emprender) y que constará como denominación de una sociedad.

De esta manera, la denominación objetiva es una designación propia en las compañías de capital, en las que no tiene relevancia el aspecto personal de los socios (Ramírez, 1998).

Por otra parte, la razón social son los nombres y apellidos de los socios que constarán en el nombre de la compañía. No obstante, vale la pena mencionar nuevamente que para las compañías en comandita por acciones será de forma obligatoria, mientras que para las sociedades anónimas y de responsabilidad limitada serán optativas e irán acompañadas con una denominación subjetiva.

Como se ha dicho, las compañías en las que haya socios con responsabilidad solidaria e ilimitada llevan razón social. Se pretende entonces que los terceros al conocer el nombre de la compañía identifiquen el tipo de responsabilidad que tienen los socios de la compañía (Ramírez, 1998).

Merece la pena subrayar que el artículo 2 del Reglamento de Reserva de Denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita dividida por Acciones y de Economía Mixta, sometida al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, expedido mediante Resolución No. SCVS.DNCDN.15.017, publicado en el Registro Oficial No. 662, de 5 de enero de 2016, establece varias definiciones,

entre las que se resaltan el término “Denominación”, el cual señala que es la palabra o conjunto de palabras que denota el nombre de la compañía; mientras que “Denominación Objetiva” es el nombre que revela una o más actividades que conforman el objeto social. Por ejemplo: “Comercializadora”, “Agrícola”, “Constructora”, etc.; por su parte la “Razón social” consiste en el (los) nombre (s) y/o apellido (s) de uno o más de los socios de la compañía; y, finalmente “Expresión peculiar” es una palabra inventada o de fantasía que no existe en el idioma castellano u otros. No se considera una expresión peculiar a simples números arábigos o romanos.

Así pues, el precitado reglamento - al recoger la definición de “Expresión peculiar” - se refiere a la denominación subjetiva que se ha analizado a lo largo de este apartado.

En resumen, sea cual fuere la denominación (objetiva o subjetiva) o razón social, tanto la misma Ley de Compañías como el antedicho reglamento, establecen que siempre irá acompañada con la designación de la especie de compañía mercantil, conforme al listado señalado en el artículo 2 de la Ley de Compañías, y sujetas a la aprobación de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

¿Pueden coexistir compañías preexistentes frente a las nuevas con reserva de denominaciones iguales o semejantes?

El presente cuestionamiento puede tener – a primera vista – una tajante respuesta negativa, conforme a las disposiciones señaladas en la Ley de Compañías respecto a que la denominación o razón social de una compañía no podrá confundirse con la de una sociedad preexistente.

Aun así, lo señalado no termina de convencer ya que existen normativas secundarias expedidas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que establecen lineamientos respecto al proceso de reserva de denominaciones de las especies societarias sujetas a su control y registro.

De ahí que es necesario referirse a la Resolución No. SCVS-INC-DNCDN-2018-0036, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 347, de 15 de octubre de 2018, dispuso que se publique electrónicamente la Gaceta Societaria que contenga todas las resoluciones, absoluciones de consultas de carácter general, los pronunciamientos sobre aspectos jurídicos, contables, financieros, doctrinas y cualquier otra información que se estime de interés en el

ámbito societario, en ejercicio de las atribuciones conferidas por el artículo 433 de la Ley de Compañías al Superintendente de Compañías, Valores y Seguros.

De manera que dentro de la actual Gaceta Societaria se encuentra la Doctrina 117 titulada “Ninguna Compañía puede adoptar un nombre igual o semejante al de otra preexistente, aunque ésta manifieste su consentimiento”.

La precitada doctrina tiene un análisis respecto a la importancia de que una compañía debe ser inconfundible bajo el principio que trasciende al interés privado y es menester que por su significado, sonoridad, grafía y fonética sea posible diferenciarlo indudablemente, concluyendo que una compañía no puede adoptar un nombre igual o semejante al de otra preexistente aun cuando ésta otorgue su consentimiento; y, el derecho de propiedad de que una compañía adquiere sobre su nombre no se limita a su particular interés sino que el nombre social tutela el interés general de los terceros al advertir a éstos de errores o confusiones que la sinonimia, semejanza o analogía pudieran promover o facilitar (Gaceta Societaria, 2018).

Por otra parte, el Reglamento de Reserva de Denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita dividida por Acciones y de Economía Mixta, sometida al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros establece lineamientos que valen la pena señalarlos.

Tal es así que el artículo 3 del precitado Reglamento señala que la denominación de las compañías sometidas al control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros deberá ser distinguida de cualquier otra y no podrá ser adoptada por ninguna otra compañía, siendo propiedad suya.

No obstante, esta disposición no es del todo cerrada ya que el artículo 6 del mismo reglamento establece un porcentaje mínimo de similitud en los siguientes términos:

- **Veinticinco por ciento (25%) como mínimo de las peculiaridades reservadas o existentes.** - se calculará el número de letras coincidentes y su posición dentro de las palabras. Serán obviadas dichas reglas si las letras se encuentran, por lo menos, a dos espacios de diferencia.
- **Setenta y cinco por ciento (75%).** - siempre y cuando la denominación propuesta cuente con coincidencia de letras y posiciones que no exceda de dicho porcentaje.

De manera que el presente Reglamento y la Doctrina 117 de la Gaceta Societaria presentan contradicciones a lo ya señalado en la Ley de Compañías, en vista que podría generar confusiones a la aplicabilidad de una u otra normativa expedida por el mismo organismo de control.

Conviene especificar que, por una parte, el Reglamento de Reserva de Denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita dividida por Acciones y de Economía Mixta, sometida al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros establece umbrales en porcentajes que la plataforma informática de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros podría omitir al momento de efectuar la reserva de una denominación para un proceso de constitución y registro de una nueva compañía.

Mientras que la Doctrina 117 de la Gaceta Societaria es concluyente y prohíbe que existan semejanzas entre una sociedad preexistente versus a una nueva que se pretenda constituir y registrar.

Por último, y con el ánimo de zanjar la presente controversia, en la práctica se aplica el Reglamento de Reserva de Denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita dividida por Acciones y de Economía Mixta, sometida al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros ya que su artículo 19 señala que *“(...) el organismo de control no está facultado legalmente para dirimir controversias que se suscitaren con ocasión de la identidad o similitud entre nombres de compañías o por la inclusión en ellos de signos amparados por la Ley de Propiedad Intelectual”*.

Esta conclusión parte de que la Doctrina 117 fue efectuada y analizada bajo la naturaleza del artículo 293 de la derogada Ley de Propiedad Intelectual que permitía al titular de un derecho sobre nombres comerciales a solicitar a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros que se suspenda su uso y que en el plazo de noventa días – contados a partir de la notificación efectuada por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual a las partes y a la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros – la compañía que usare un nombre comercial registrado adopte otra denominación o razón social.

Finalmente, lo expuesto en el párrafo anterior será analizado en líneas posteriores.

Evolución del nombre comercial en el Ecuador

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, del 20 de marzo de 1883, (en adelante “Convenio de París”) determina en el artículo 8 que, el nombre comercial será protegido en todos los países de la Unión sin obligación de depósito o de registro, forme o no parte de una marca de fábrica o de comercio.

Por ende, según lo señalado en el precitado convenio, la Propiedad Industrial otorga dos tipos de derechos: en primer lugar, el derecho a utilizar y explotar la invención, diseño o signo distintivo y, en segundo lugar, el derecho a prohibir a terceros la reproducción o distribución de los derechos concedidos.

En este sentido, solo con el correspondiente consentimiento que está contemplado en la Ley, un tercero puede hacer uso de ese derecho.

Asimismo, las normas que protegen los derechos de la Propiedad Intelectual - Propiedad Industrial son consideradas una rama del derecho civil, pues se les agrupa a estos derechos como pertenecientes a los derechos reales de dominio, conforme a lo establecido en los artículos 594 y 600 del Código Civil, referente a que las cosas incorporales son derechos reales o personales y también hay una especie de propiedad.

Vale la pena indicar que la antigua Ley de Propiedad Intelectual (derogada por la Disposición Derogatoria Primera del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación que fue publicado en el Registro Oficial No. 899, de 09 de diciembre de 2016), en su Capítulo IX- “Nombres comerciales”, artículo 229, determinaba que *“se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica”*.

Adicionalmente, la antedicha ley ordenaba que el nombre comercial sería protegido sin obligación de registro, tal es así que, en su artículo 230 señalaba que *“el derecho al uso exclusivo de un nombre comercial nace de su uso público y continuo y de buena fe en el comercio, por al menos seis meses. Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, pero el derecho a su uso exclusivo solamente se adquiere en los términos previstos en el inciso anterior. Sin embargo, tal registro constituye una presunción de propiedad a favor de su titular”*.

Por su parte la Comunidad Andina de Naciones, de la que Ecuador forma parte, expidió la normativa supranacional aplicable al presente tema, esto es, la Decisión 486: Régimen Común sobre Propiedad Industrial, publicada en el Registro Oficial No. 258 del 02 de febrero de 2001, en su Título X, determina que se entenderá por nombre comercial cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa, o a un establecimiento mercantil.

En esa línea, prescribe que una empresa o establecimiento podrá tener más de un nombre comercial.

Concepto de nombre comercial

A efectos de poder presentar una definición clara de nombre comercial en la cual abarquen las características principales del mismo como signo distintivo, individualizador e identificador de un negocio dentro de la actividad mercantil, resulta necesario abordar diversos criterios doctrinarios; así como, la definición que le otorga la ley a este signo distintivo, los cuales se presentan a continuación:

El nombre de comercio sirve para identificar al comerciante o a su negociación, para distinguir la actividad comercial. Pero la representación sintética de un conjunto de cualidades poseída por una empresa, como son: la honestidad, la reputación, la confianza, seriedad, eficiencia y otras cualidades. La clientela se identifica con estos símbolos, que distinguen a una negociación de otra (Lastra).

A continuación, el nombre comercial corresponde al signo distintivo que se utiliza para identificar la empresa de una persona física o jurídica, de las demás que tienen la misma o similar actividad industrial o mercantil. El rótulo del establecimiento es la denominación que algunos autores y legislaciones emplean para designar al signo exterior de los locales de la negociación, como una variante del nombre comercial (Rengel, 1992).

El nombre comercial puede consistir en la denominación social de la empresa, en su razón social u otra designación inscrita en un registro de personas o sociedades mercantiles. El nombre comercial es independiente de la razón social de las personas jurídicas, sin embargo, puede coexistir con ella o ser simultáneamente su razón social (García, 2013).

Efectivamente, el comerciante tiene que distinguir su establecimiento, para beneficio propio y de su clientela, ya que el competidor desleal, desea lucrarse del crédito y fama ganado por otros. Es que el nombre es el signo más sencillo, más natural y eficaz para representar

sintéticamente un conjunto de cualidades poseídas por el titular de ese nombre, como son la honestidad, seriedad, atención, calidad (Jaramillo, 1962).

Por otra parte, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, define que se entenderá por nombre comercial cualquier signo que sea apto para identificar a una persona o establecimiento mercantil en el ejercicio de su actividad económica y distinguirla de las demás que desarrollan actividades idénticas o similares.

Concordante con la norma citada en el párrafo que precede, el Código de Comercio ecuatoriano, determina que se entenderá que forman parte integrante de una empresa: a) El nombre o denominación con la que se da a conocer al público o da a conocer los productos y servicios que oferta.

Dicho esto, de las definiciones que ha otorgado la doctrina y la legislación, se puede decir que el concepto “nombre comercial” hace referencia al signo que sea capaz de identificar a una compañía o establecimiento comercial, y sea utilizado por cualquier persona natural o jurídica, para identificar un negocio dentro de sus actividades lícitas comerciales o industriales. Tiene como objetivo principal distinguir, entre otras, la actividad comercial desarrollada por el titular del comercio.

Dentro de esa distinción también se encuentran un conjunto de cualidades intrínsecas tales como son la reputación, la confianza, la formalidad, la eficiencia, etc. Además, se puede acotar que el nombre comercial forma parte del patrimonio de la sociedad o del empresario y sobre el cual su titular tiene un derecho de uso y explotación exclusivo.

Elementos determinantes del concepto

Los elementos determinantes del concepto de nombre comercial son los siguientes:

- **Elemento subjetivo.** - Este elemento se encuentra intrínsecamente ligado a la actividad comercial que desarrolla una persona natural o jurídica, por cuanto, si no existe dicha actividad el nombre comercial pierde su razón de ser, en concisión, este existe con el único objetivo de identificar la actividad comercial.
- **Elementos objetivos.** - En este punto se puede identificar que son dos los elementos que coadyuvan a delimitar el concepto de nombre comercial: el signo distintivo y la actividad comercial como tal a la que el signo vaya a aplicarse.

- ***Signo distintivo***

Como se ha dejado establecido anteriormente, el nombre comercial forma parte del grupo de derecho marcario, contemplado en la propiedad industrial; en ese sentido, se debe aplicar los elementos propios como signo distintivo.

- ***Actividad empresarial determinada***

El objetivo primordial del nombre comercial es el de identificar exactamente a los sujetos, tanto en su individualidad como en su condición, sin que pueda considerarse un sujeto actuante sin un nombre correcto que lo identifique.

Elemento funcional

De acuerdo a lo analizado hasta ahora, se puede decir que el nombre comercial es un signo distintivo ideal, procedente y adecuado aplicado en relación a la actividad comercial, el cual se distingue de la marca porque esta, a pesar de ser un signo distintivo, su límite se encuentra en la actividad comercial que es la oferta o suministro de productos o servicios.

Elementos configurativos

Entre los elementos que pueden configurar un nombre comercial se pueden enumerar los siguientes: la razón o denominación social de los comerciantes, sus nombres propios y los nombres distintivos de sus negociaciones.

Además, en aplicación accesoria al régimen del nombre comercial se emplea lo determinado en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, respecto a las marcas; es decir, un nombre comercial deberá poseer características distintivas que puedan distinguir al establecimiento de otros de su mismo género, para lo cual podrá ser representado por cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado.

Por lo tanto, podrán registrarse como marcas (aplicable a nombres comerciales) los signos que sean susceptibles de representación gráfica.

Elementos no configurativos

Por otra parte, en oposición a lo antes expuesto, y de acuerdo al artículo 418 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación no se protegerá ni podrá registrarse como nombre comercial un signo que esté comprendido en alguno de los casos siguientes:

- No puede constituir nombre comercial un signo que no sea apto para identificar a una persona o establecimiento mercantil en el ejercicio de su actividad económica y distinguirla de las demás que desarrollan actividades idénticas o similares.
- Cuando sea idéntico o se asemeje a un signo distintivo de un tercero, siempre que, dadas las circunstancias, su uso pudiera originar un riesgo de confusión o de asociación;
- Cuando consista en un signo que infrinja el derecho de propiedad industrial o el derecho de autor de un tercero, salvo que medie consentimiento de éste;
- Cuando su uso sea susceptible de causar confusión o engaño en los medios comerciales o en el público sobre la identidad, la naturaleza, las actividades, el giro comercial o cualquier otro aspecto de la persona que lo usa;
- Cuando su uso sea susceptible de causar confusión o engaño en los medios comerciales o en el público sobre la procedencia empresarial, el origen u otras características de los productos o servicios que la persona produzca o comercialice; y,
- Cuando consista, total o parcialmente, en un signo contrario a la ley, a la moral, al orden público o a las buenas costumbres.

Forma de adquirir el derecho

La Constitución de la República del Ecuador señala que el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental; entre ellas la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley, lo que significa que, de acuerdo a la Constitución un nombre comercial es sujeto de reconocérsele como propiedad a su autor.

Por su lado, el artículo 8 del Convenio de París, prescribe que el nombre comercial será protegido en todos los países de la Unión sin obligación de depósito o de registro, forme o no parte de una marca de fábrica o de comercio.

Por otra parte, el Art. 191 de la Decisión 486, Régimen Común sobre la Propiedad Industrial, norma comunitaria vigente sobre la materia, señala que el derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquiere por su primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa.

En esa línea y concordante con las normas supranacionales antes citadas, el artículo 416 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación señala que, el derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquirirá por su primer uso en el comercio, público, continuo, de buena fe y siempre que no vulnere derechos prioritarios debidamente constituidos en el país y terminará cuando cese el uso del nombre comercial o cesen las actividades de la persona o establecimiento comercial que lo usa. El titular del nombre comercial podrá registrar ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales, el registro tendrá carácter declarativo.

El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial solamente se adquirirá en los términos previstos en el inciso anterior. En cualquier caso, en que se alegue o se pretendiere reconocer el derecho exclusivo sobre un nombre comercial, se deberá probar su uso público, continuo y de buena fe, al menos dentro de los seis meses anteriores a dicha alegación o pretensión. La prueba del uso corresponderá al titular del nombre comercial. A los efectos previstos en este inciso, si el titular no fuere parte en el respectivo procedimiento, se le notificará de oficio.

De acuerdo a lo expuesto en los párrafos que preceden, se confluencia que la fuente originadora del derecho sobre los nombres comerciales es el uso del signo. Sin embargo, la legislación determina que el titular del nombre comercial podrá registrar ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales y el registro tendrá carácter declarativo.

Es necesario hacer énfasis que la legislación dispone que el nombre comercial será protegido sin obligación de registrarlo y que tal protección será reconocida por el hecho de usar de forma pública, continua y de buena fe el nombre comercial; pero también señala que el nombre comercial se podrá registrar ante la autoridad nacional competente y se da como consecuencia de dicho registro el presumir que hubo buena fe en la adopción y explotación del nombre.

Pluralidad de nombres comerciales

A diferencia del nombre societario que adquiere una persona jurídica, (análisis que se realizó en líneas precedentes), una persona natural o jurídica, podrá tener en el comercio más de un nombre comercial, estos se pueden constituir como nombre comercial, entre otros, una denominación o razón social u otra designación inscrita en un registro de personas o sociedades mercantiles.

En este sentido la doctrina señala que, la persona jurídica solo puede tener un nombre social, mientras que puede tener varios nombres comerciales de acuerdo a su conveniencia. Conforme a ello, podría encontrarse ante una persona jurídica cuyo objeto social remita a diversas actividades. Así, el agente económico podría utilizar un nombre comercial único para promocionar todas sus actividades económicas independientemente del carácter de estas o del mercado al que van dirigidas. Pero también podría optar por realizar sus actividades por separado, cada una respaldada por un nombre comercial distinto (Pazos, 2015).

Igualmente, una misma persona jurídica puede contar con varios nombres comerciales los cuales solo distinguirán las actividades que desarrolla la persona jurídica y efectuar negocios jurídicos sobre los mismos (Ochoa, 2016).

Tal como se ha referido en el desarrollo de este artículo, el nombre comercial es un signo distintivo que puede coincidir total o parcialmente con la denominación social, pero en la práctica no deben confundirse, por cuanto, los nombres comerciales tienen autonomía respecto a las denominaciones o razones sociales de las compañías, sin embargo, ambas pueden coexistir.

Vigencia del registro del nombre comercial

De acuerdo a lo estudiado hasta ahora, esto es, que el nombre comercial terminará cuando cese el uso o cesen las actividades de la persona o establecimiento comercial que lo usa.

Sin embargo, parte de la doctrina sostiene que, no existe registro de los nombres comerciales. Los derechos al mismo se atribuyen por el uso, salvo el caso en que el nombre comercial forme parte de una marca (Bugallo, 2005).

Por otra parte, otro doctrinario sostiene que, en la medida en que el nombre comercial no tiene un término de vigencia o duración y el depósito o registro no son requisitos para su constitución, no se estima procedente, ni mucho menos útil, la figura de la renovación del signo, como sí ocurre por ejemplo con la marca o el lema comercial. En otras palabras, no se halla fundamento legal para proceder a la renovación de un derecho que no caduca ni se extingue por el paso del tiempo (Rengifo, 2013).

Empero de lo referido, y siguiendo la Decisión comunitaria 486, la misma que señala en el artículo 193, que, conforme a la legislación interna de cada País Miembro, el titular de un nombre comercial podrá registrarlo o depositarlo ante la oficina nacional competente. El registro o depósito tendrá carácter declarativo.

En la derogada Ley de Propiedad Intelectual (1998 – 2016), se consideraba que el trámite de registro de un nombre comercial era el mismo establecido para el registro de marcas; sin embargo, tenía una particularidad y era que establecía que el plazo de duración de ese registro tenía el carácter de indefinido.

Actualmente en el Ecuador, conforme a lo señalado en el artículo 420 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, el registro de un nombre comercial tiene una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y se puede renovar, previa prueba de uso, por períodos sucesivos de diez años.

Como se puede observar, actualmente el legislador ecuatoriano no otorga el derecho de protección de manera indefinida, es más, como condición obliga al titular del nombre comercial a probar su uso, lo que significa que este deberá realizar cada diez años el procedimiento administrativo a fin de proteger su signo distintivo; se entiende que el objetivo de esta norma interna tiene como fin evitar la monopolización en cuanto al uso de este signo distintivo.

CONCLUSIONES

Se concluye que la denominación o razón social de una compañía debe ser revisada tomando en cuenta su especie societaria, ya que las compañías en nombre colectivo y en comandita simple son conocidas como compañías de personas porque figurarán – por mandato legal – su razón social, esto es, los nombres y apellidos de todos o algunos de los socios administradores; mientras que las de responsabilidad limitada, en comandita por acciones y economía mixta son compañías híbridas porque utilizarán una razón social o denominación por mandato legal o si prefieren lo harán según sus intereses; y, finalmente las compañías anónimas y las SAS son compañías de capitales que se registrarán bajo la denominación que empleen los accionistas, de acuerdo a la actividad a desarrollar.

Por su parte, el nombre comercial constituirá un signo distintivo que permitirá a una compañía identificarse en determinadas actividades comerciales, siendo de su exclusiva propiedad su uso y explotación ya que constituirá su presentación ante los consumidores y terceros donde procurará posicionarse.

Citando las referencias que hace Javier Pazos, así, el nombre social y el nombre comercial se diferencian en la función que cumplen. Como indican Elzaburu y Gómez Montero, con el nombre social la persona jurídica es identificada como tal, permitiéndole asumir todo tipo de derechos y obligaciones (contractuales, tributarias, etcétera).

El nombre social es un atributo de la personalidad que coadyuva a la individualización del sujeto en su condición de centro de imputaciones jurídicas. Tal y como ocurre con el nombre civil en el caso de la persona natural, el nombre social es un derecho de la personalidad, en este caso de la persona jurídica. Por su parte, con el nombre comercial solo se busca distinguir a un ente del mercado respecto de los demás, ente que asumirá las consecuencias tanto positivas como negativas que provienen del uso de un signo distintivo en el actuar concurrencial (Pazos, 2015).

Al mismo tiempo, se destaca que tanto la denominación o razón social de una compañía y el nombre comercial a utilizar podrán coexistir ya que el propio artículo 415 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación lo permite y tiene como base que el proceso de constitución de constitución y registro de las especies societarias analizadas en este artículo se harán ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, debiendo señalar su denominación o razón social, conforme a los lineamientos señalados en el Reglamento de Reserva de Denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita dividida por Acciones y de Economía Mixta, sometida al control y vigilancia.

Mientras que el proceso administrativo de registro e inscripción del nombre comercial será ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, conforme a las disposiciones establecidas en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, su Reglamento y resoluciones expedidas por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.

Vale la pena hacer referencia al pronunciamiento respecto al tema por parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina que analiza y concluye que, según “el artículo 190 de la Decisión 486 define el nombre comercial y delimita su concepto, de manera que se pueden extraer las siguientes conclusiones: El objetivo del nombre comercial es diferenciar la actividad empresarial de un comerciante determinado. Si bien la norma hace referencia a los establecimientos de comercio, esto se debe a un problema conceptual.

El signo distintivo que identifica los establecimientos de comercio es la enseña comercial, cuyo tratamiento se da en el título XI de la Decisión 486. Un comerciante puede utilizar más de un nombre comercial, es decir, identificar sus diferentes actividades empresariales con diversos nombres comerciales.

El nombre comercial es independiente de la razón social de la persona jurídica, pudiendo coincidir con ella; es decir, un comerciante puede tener una razón social y un nombre comercial idéntico a ésta, o tener una razón social y uno o muchos nombres comerciales diferentes de ella. El nombre comercial puede ser múltiple, mientras que la razón o denominación social es única; es decir, un comerciante puede tener muchos nombres comerciales, pero sólo una razón social”.

Finalmente, se debe señalar que el presente artículo es una reflexión que seguirá enriqueciéndose, modificándose y profundizándose con la plena convicción de seguir abordando cuestiones que envuelven a los procesos de constitución y registro de la denominación o razón social de las especies societarias señaladas en el artículo 2 de la Ley de Compañías, versus al registro del nombre comercial que pueda efectuar cualquier compañía, independientemente de su denominación o razón social, por tratarse de figuras jurídicas diferentes y que pueden coexistir sin ningún tipo de inconveniente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bugallo, B. (2005). *La Propiedad Intelectual en el Uruguay*. Montevideo.

Cassis, N. (1973). *Comentarios al articulado de la Ley de Compañías del Ecuador Secciones III, IV y V*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Código Civil. (2005). Quito-Ecuador: CEP.

Código de Comercio. (2019). Quito-Ecuador: CEP.

Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. (2016). Quito-Ecuador: CEP.

Código Orgánico Monetario y Financiero. (2014). Quito-Ecuador: CEP.

Constituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito-Ecuador: CEP.

Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. (15 de enero de 2022). *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Recuperado de: <https://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/index.html>

De Reina Tartière, G. (2010). *Contratos civiles y comerciales. Parte General*. Buenos Aires: Editorial Heliasta S.R.L.

- Díaz, A. (2017). *Contratos mercantiles*. Ciudad de México: IURE editores, S.A. de C.V.
- Gaceta Societaria. (06 de enero de 2022). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Recuperado de: https://www.supercias.gob.ec/gaceta/gaceta_societaria.pdf
- García R. E. (2013). *El nombre comercial*. Bogotá. Revista Jurídica No. 17.
- Jaramillo, P. (1962). *El Nombre Comercial*. México: UNAM.
- Lastra, J. *El Nombre Civil y Nombre Comercial*. México: UNAM.
- León, S. (2016). *Contratos Mercantiles*. Naucalpan: Oxford University Press México, S.A. de C.V.
- Ley de Compañías. (1999). Quito-Ecuador: CEP.
- Ley de Modernización a la Ley de Compañías. (2020). Quito-Ecuador: CEP.
- Ochoa, U. (2016) El sobredimensionamiento del nombre comercial en República Dominicana. República Dominicana. Anu. dominic. prop. intelect., n.o 3.
- Pazos, J. (2015) El nombre comercial y su uso por parte de la persona jurídica. Lima. Revista Facultad de Derecho PUCP, N° 74.
- Ramírez, C. (1998). *Curso de Derecho Societario (Manual Teórico-Práctico)*. Cuenca-Ecuador: Latina Editores.
- Reglamento de Reserva de Denominaciones para las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, en Comandita dividida por Acciones y de Economía Mixta, sometida al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (06 de enero de 2022). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Recuperado de: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/92e71a7e-4e2d-4d00-b0a5-55e274f38e21/resolucion+017-+2016.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=92e71a7e-4e2d-4d00-b0a5-55e274f38e21>
- Rengel, D. (1992). *Derecho de la propiedad industrial e intelectual*. México: UNAM.
- Uría, R. (1997). *Derecho Mercantil*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales S.A.